

## **Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskuksen polkupyörä- verstas - Sosiaalisen median mainosvideo**

Samuli Lyytikä

Mikael Nieminen

<b>Tekijät</b> Samuli Lyytikä. Mikael Nieminen	
<b>Koulutusohjelma</b> HELI	
<b>Opinnäytetyön otsikko</b> Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskuksen polkupyöräverstas - Sosiaalisen median mainosvideo	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 33 + 8
<p>Opinnäytetyön tavoitteena on valmistaa Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskukselle mainosvideo, joka esittelee heidän polkupyöräverstas palveluaan. Opinnäytetyöraportti pyrkii tutustuttamaan lukijan työn kohdeyritykseen, mainosvideon taustalla tehtyyn suunnitteluun, tuotantoon ja tavoitteiden asetantaan. Lisäksi sen lopussa esitellään valmis työ eli mainosvideo, sekä analysoidaan sen tuottamat hyödyt meille, kohdeyritykselle sekä raportin lukijoille.</p> <p>Mainosvideon pääosassa on hylätty romupyörä, jonka kunnostusta seurasimme ja kuvasimme yhden päivän ajan joulukuussa 2014. Opinnäytetyöprojektin juuret yltävät kuitenkin jo keväälle 2014, jolloin se sai alkunsa osana toista projektia.</p> <p>Mainosvideon tarkoituksena on toimia Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskuksen markkintivideona heidän sosiaalisen median kanavissa, kotisivuilla sekä muiden kanavien ja markkinoinnin tukena. Lisäksi videon ja opinnäytetyöraportin pohjalta saatetaan kuvata vastaavanlaisia videoita Kierrätyskeskuksen muiden palveluiden mainontaan.</p> <p>Opinnäytetyöraportin teoriaosuus on rajattu käsittelemään ainoastaan mainosvideossa käytettyjä, sekä sille olennaisia videokuvaustekniikoita ja käsitteitä. Lisäksi esittelemme yrityksille kuvattavien mainosvideoiden kokonaisvaltaisen prosessin aina esituotannosta ja videon suunnittelusta jälkituotantoon eli editointiin asti. Tarkoituksena on, että opinnäytetyön avulla lähes kuka tahansa raportin lukija voisi toteuttaa vastaavanlaisen videon.</p> <p>Opinnäytetyön lopputuloksena syntyi kahden minuutin pituinen mainosvideo. Videota ei ole vielä julkaistu, mutta Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskus aikoo käyttää sitä heidän sosiaalisen median kanavissa sekä muussa markkinoinnissa.</p> <p>URL-osoite videoon: <a href="https://youtu.be/8T4abWru46I">https://youtu.be/8T4abWru46I</a></p> <p>Videoon saatetaan tehdä jälkeempäin muutoksia, jolloin yllä oleva URL-osoite lakkaa toimimasta. Video tulee löytymään kuitenkin Finfinitum ry:n Youtube-sivulta: <a href="https://www.youtube.com/user/finfinitum">https://www.youtube.com/user/finfinitum</a></p>	
<b>Asiasanat</b> videokuvaus, mainoselokuvat, digitaalijärjestelmäkamerat, kunnostus,	

# Sisällys

1	Johdanto .....	1
1.1	Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskus Oy:n esittely .....	1
1.2	Opinnäytetyön tavoitteet .....	2
1.3	Aihealueen rajausta .....	2
2	Mainosvideon suunnittelu ja tuotanto .....	4
2.1	Eri yritysvideoiden tyypit ja tavoitteet.....	4
2.2	Esituotanto.....	6
2.3	Tuotantovaihe .....	8
2.4	Jälkituotanto.....	18
3	Mainosvideon suunnittelu ja esittely .....	22
3.1	Projektin tausta .....	22
3.2	Ideasta kuvamateriaaliksi.....	23
3.3	Mainosvideon suunnittelu.....	24
3.4	Laitteisto .....	25
3.5	Mainosvideon toteutus .....	26
4	Pohdinta.....	30
4.1	Oman työskentelyn arviointi .....	30
4.2	Suunnittelun ja valmistautumisen arviointi.....	31
4.3	Tuloksien asettaminen ja mittaaminen .....	33
	Lähteet .....	34
	Liitteet.....	37

# 1 Johdanto

Markkinoinnin ja mainonnan maailma on muuttumassa ja yritykset etsivät jatkuvasti uusia tapoja markkinoida palveluita, tuotteita ja brändejä. Perinteisten lehti-, ulko- ja tv-mainosten rinnalle on vuosi vuodelta noussut entistä kovemmallalla vauhdilla digitaaliset maksetun ja ilmaisen median kanavat, koska ihmiset viettävät yhä suurempia määriä ajastaan internetissä. Tiedon leviäminen ei ole koskaan ollut näin helppoa!

Nykyaikana kuka tahansa yksityishenkilö tai yritys pystyy käyttämään hyödykseen sosiaalisen median orgaanisia mainoskanavia. Hauskat tai kiinnostavat videot leviävät YouTubeen, Facebookiin ja muiden sosiaalisten mediakanavien kautta nopeasti, kun vastaavasti upeat kuvat saavat paljon huomiota kuvienjakopalveluissa, kuten Instagramissa ja Pinterestissä. Yritykset ovat viimeaikoina huomanneet orgaanisen median näkyvyyden mahdollisuudet. Miksi maksaa satoja tai tuhansia euroja näkyvyydestä, kun sen voi saavuttaa lähes ilmaiseksi?

Oman sosiaalisen- tai muun nettimedian seuraajajoukon kerryttäminen on nykypäivänä helppoa. Kun seuraajia on kertynyt tietty määrä, lähtee orgaaninen näkyvyys yleensä leviämään itsestään. Parhaimmillaan yrityksen digitaalisen median seuraajakanta saattaa nousta niin suureksi, että jo pelkällä orgaanisella näkyvyydellä voidaan päästä maksetun mainonnan kaltaisiin tuloksiin.

## 1.1 Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskus Oy:n esittely

Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskus on nimensä mukaisesti pääkaupunkiseudulla toimiva voittoa tavoittelematon osakeyhtiö. Se ei jaa voittoa omistajilleen, vaan käyttää kaikki tuottonsa Kierrätyskeskuksen mission mukaiseen työhön. Kuten yhtiön kotisivuilla kerrotaan, ”Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskuksen missiona on luoda mahdollisuuksia ja taitoa ekologisesti, sosiaalisesti ja taloudellisesti kestäviin, tulevaisuutta turvaaviin tekoihin”. Lisäksi heidän toimintansa tarkoituksena on vähentää luonnonvarojen kulutusta, sekä edistää uudelleenkäyttöä ja lisätä ympäristötietoisuutta, –vastuullisuutta sekä osallisuuden ja työnteon mahdollisuuksia.

Espoon Nihtisillassa sijaitsee yksi Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskuksen tavarataloista. Lisäksi siellä on ainoana Pääkaupunkiseudun toimipaikoista myös polkupyöräverstas, jossa Kierrätyskeskukselle lahjoitetut vanhat ja usein huonokuntoiset polkupyörät kunnostetaan uudelleenmyyntiä varten. Kierrätyskeskus ei maksa polkupyörästä mitään, sillä ne

ovat kaikki lahjoitettu tai sijoitettu uudelleenkierrätettäväksi. Rikkinäisimpiä pyöriä ei välttämättä kunnosteta, mutta niistä voidaan ottaa varaosia uusiokäyttöön.

## **1.2 Opinnäytetyön tavoitteet**

Opinnäytetyömme päämääränä on tehdä Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskukselle mainosvideo heidän polkupyöräverstas palvelusta. Mainosvideon tarkoituksena on esitellä polkupyöräverstaan toimintaa sekä kasvattaa sen tunnettavuutta, sillä Kierrätyskeskus uskoo, että useimmat ihmiset eivät tiedä kyseisen palvelun olemassaolosta. Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskus voi hyödyntää mainosvideota heidän sosiaalisen median kanavissaan, sekä muun medianäkyvyyden ja kotisivujen tukena täysin vapaasti.

Jotta Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskus, sekä muut raportin lukijat pystyisivät tutustumaan mainosvideon luomisprosessiin ja käytäntöihin, avaamme raportissamme yleisiä termejä ja oppeja digitaalisesta valo- ja videokuvauksesta. Lisäksi pohdimme prosessin aikana ilmenneitä ongelmia, onnistumisia ja niiden vaikutuksia. Tavoitteemme opinnäytetyöraportille on, että sen avulla lähes kuka tahansa pystyy toistamaan vastaavanlaisen mainosvideon tuotannon.

Konkreettisiksi tavoitteiksi opinnäytetyössä valmistuneelle mainosvideolle Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskus päätyi asettamaan 100 videonäytön täyttymisen vuoden 2015 aikana. Lisäksi heidän tavoitteenaan tulevaisuudessa on hyödyntää opinnäytetyöraporttia ja siinä esiteltyjä ohjeita Kierrätyskeskuksen muiden palveluiden ja toimipisteiden markkinointiin.

## **1.3 Aihealueen rajaus**

Opinnäytetyöraporttimme keskeinen sisältö on rajattu digitaalisen valo- ja videokuvauksen teoriaan, mainosvideon esittelyyn, työskentelymme analysointiin sekä videon hyödyntämiseen ja sen yleiseen pohdintaan. Teoriaosuus etenee työskentelyvaiheiden mukaisesti kronologisessa järjestyksessä ja kattaa ainoastaan digitaalisen valo- ja videokuvauksen perusteiden selitykset, sekä produktillemme olennaisimpien tekniikoiden, asetusten ja valintojen avaukset. Emme pureudu sen syvemmälle videokuvauksen yksityiskohtiin, vaan avaamme juuri tämän kaltaisen videoproduktin tekemiseen tarvittavat perustiedot, joiden avulla kuka tahansa pystyy valmistamaan vastaavanlaisen videon.

Koska digitaalinen valo- ja videokuvaus sisältävät todella paljon yhteisiä piirteitä, käsitellään työssä videokuvauksen lisäksi myös digitaalista valokuvausta ja sen termistöä. Koke-

nut valokuvaaja hallitsee usein myös videokuvauksen tärkeimmät tiedot ja taidot, ja päinvastoin. Kiteytettynä digitaalinen videokuvaus on jaksotettujen valokuvien otantaa ja liittämistä nopeatempoisesti toistettaviksi videopätkiksi.

## 2 Mainosvideon suunnittelu ja tuotanto

Tässä luvussa käsitellään teoriaa, joka antaa kokonaisvaltaisen tietoperustan mainosvideon kuvaamiseen. Teoriaosuus on jaettu kuuteen kokonaisuuteen: yritysvideoiden esittely, esituotanto, tuotanto ja laitteisto, kuvausasetukset ja –käsitteet, kuvaustekniikat sekä jälkituotanto. Teorian tarkoituksena on yksinkertaistaa ja havainnollistaa mainosvideon toteuttamiseen tarvittavat tiedot lähtökohdasta, jossa lukija ei vielä entuudestaan osaa valotaidevideokuvauksen alkeita. Teoriaosuuden jälkeen lukijalla pitäisi olla tarpeeksi tietoa, jotta hän voi itsekin kuvata yrityksille suunnattuja videoita. Huomattavaa on myös, että osa teoriaosuuden kameratermistöstä on kansainvälisessä eli englanninkielisessä muodossa, sillä kyseisiä termejä käytetään samoilla nimillä myös Suomessa.

### 2.1 Eri yritysvideoiden tyypit ja tavoitteet

Video informaation lähteenä digitaalisissa kanavissa on nykypäivänä yleistynyt niin paljon, että lähes jokaisen yrityksen jo oletetaan sisällyttävän jonkinlaisia videoita heidän nettisivuilleen, tai muuhun viestintään ja markkinointiin. Lasse Rouhiainen jakaa kirjassaan 101 Video Marketing Tips & Strategies for Small Businesses yritysten markkinointi- tai viestintävideot kahdeksaan eri kategoriaan: yritysesittely-, työntekijöiden esittely-, kysymys ja vastaus-, suosittelevat, opettavaiset & kuinka tehdä-, ruudunkaappaus-, haastattelu- ja tarinankerrontavideot. (Rouhiainen 2014, 12-18.)

**Yrityksien- ja työntekijöiden esittelyvideot** ovat yleisin ja helpoin muoto tuoda video-materiaaleja omiin internetkanaviin. Yksinkertaisimmillaan yritysesittelyvideot voivat olla slideshow tyyliä, jossa esimerkiksi sarja viiden sekunnin välein vaihtuvia kuvia yhdistetään videoksi. Edistyneemmät yritysesittelyvideot kuitenkin usein sisältävät oikeaa videokuvausta, jossa yrityksen henkilöstö esittelee tai puhuu yhtiöstään. Erona työntekijöiden esittelyvideoon on se, että yritysesittelyvideossa pääfokuksena on yritys itsessään, kun vastaavasti työntekijöiden esittelyvideossa pyritään siirtämään fokus kuivasta ja tavallisesta yrityksen promootiosta työntekijöiden kokemuksiin ja mielipiteisiin. Henkilöstön positiiviset ja iloiset asenteet saavat videolla aikaan emotionaalisen linkin asiakkaan/videon katsojan sekä yrityksen välille. (Rouhiainen 2014, 12-13.)

**Kysymys- ja vastausvideot** (eli lyhennettynä Q&A = Question & Answer) voivat olla useille, varsinkin useampia tuotteita tai palveluita sisältäville yrityksille, paras keino saada katsojan tai potentiaalisen asiakkaan huomio. Tässä videotyyppissä esitetään asiakkaiden yleisimpiä kysymyksiä ja niihin annettuja vastauksia. Yksi video voi sisältää esimerkiksi

vastauksen yhteen kysymykseen, tai videolle voi kerätä useampia kysymyksiä ja vastauksia. Parhaimmillaan asiakkaan saadessa vastauksia mielessä oleviin kysymyksiin, voi hän tuntea yrityksen olevan hänestä ja muista asiakkaista aidosti kiinnostunut. (Rouhiainen 2014, 13-14.)

**Suositteluvideot** ovat yksi voimakkaimmista, mutta usein myös aliarvostettu ja vähän käytetty yritysten markkinointivideon muoto. Suositteluvideot voivat olla pelkästään tähän tarkoitukseen tehtyjä, tai ne voi yhdistää esimerkiksi yrityksen- tai tuotteiden esittelyvideoihin. Koska lähes kaikkien yritysten pohjimmainen päämäärä on tarjota kuluttajille tai yritysasiakkaille palveluita tai hyödykkeitä, on asiakas aina pääroolissa yrityksen menestyksen kanssa. Onnistuneiden asiakaspalautteiden ja kokemusten esiintuominen videoiden muodossa voi parhaimmillaan parantaa imagoa ja lisätä myyntiä, mutta liian geneerisiksi eli yleisluonteisiksi, tai epäilyttäviksi muotoillut suositukset voivat myös saada aikaan negatiivisen reaktion. Tämän vuoksi esittelyvideoiden pitäisi aina olla mahdollisimman uskottavia ja selvästi kommunikoida halutulle kohderyhmälle. (Rouhiainen 2014, 14.)

**Opettavaiset ja kuinka tehdä videot** (how to videos) ovat yritysten vastaus asiakkaiden tiedonjanoon. Tuhannet ihmiset etsivät päivittäin vastauksia, opetuksia tai suosituksia heidän mieltään painaviin kysymyksiin palveluista, tuotteista tai arkielämän ongelmista. Tarjoamalle juuri heille heidän omiin kysymyksiinsä räätälöityjä opetusvideoita voi yritys nostaa imagoaan ammattitaitoisena ja luotettavana kumppanina, joka opetti heitä juuri siinä asiassa missä he tarvitsivat apua. Tämä kasvattaa luottamusta yritystä kohtaan. Opetusvideoiden pitäisi olla ytimekkään lyhyitä, tarjoten selvät ja helposti ymmärrettävät ohjeet. Esimerkiksi Hotellin omistaja voisi luoda videon, jossa he esittelevät mielenkiintoisimmat turistikohteet hotellin lähiympäristössä. (Rouhiainen 2014, 15-16.)

**Ruudunkaappausvideot** toimivat opettavaisten videoiden tapaan, mutta yksityiskohtaisemmalla tasolla. Ruudunkaappauksessa videon luoja kuvaa oman tietokoneensa ruutua ja kommentoi tapahtumia samanaikaisesti. Nämä ovat yleensä hyvin spesifeihin kysymyksiin tai tuotteisiin räätälöityjä videoita. Esimerkiksi tietokoneohjelmistoja myyvä ja markkinoiva teknologiayritys voisi tehdä ruudunkaappaustekniikalla opetusvideon heidän ohjelmansa toiminnasta ja käytöstä. (Rouhiainen 2014, 15-16.)

**Haastatteluvideot** ovat usein nopeita ja helppoja kuvata, mutta vaativat paljon mietintää hyvän ja uuden kokonaisuuden kattamiseksi. Niissä yritys voi esimerkiksi haastatella omia työntekijöitään, ylemmän johdon edustajia tai asiakkaita sekä muita ihmisiä ja yrityksiä, liittyen oman yrityksen ympärille sitoutuviin kysymyksiin sekä aiheisiin. Haastatteluvideoilla



on usein hyvin lämmin vaikutus asiakkaaseen, tuoden heidät lähemmäksi itse tuotetta, palvelua tai yritystä. (Rouhiainen 2014, 16-17.)

**Tarinankerrontavideoiden** kautta katsojien on helpompi sisäistää monimutkaisia ja isoja asiayhteyksiä, tuoden niiden ympärille selvemmän kehyksen. Ne voivat inspiroida tai antaa informaatiota, luoda kestävän vaikutuksen ja parhaimmillaan jopa tuoda hymyn katsojan kasvoille. Tarinankerrontavideolla on aina selvä päämäärä, vaikka itse video voi olla hyvinkin laaja ja sekavan oloinen. Niihin voi myös helposti yhdistää kaikki yrityksen edustamat arvot ja kokemukset, tai käyttää esittelemään palveluita ja tuotteita joita yritys tarjoaa. (Rouhiainen 2014, 17-18.)

Ennen yrityksen käyttöön tarkoitetun mainosvideon kuvauksia ja suunnittelua täytyy tehdä päätös videoprojektin työnjaosta. Videosta saatavaan tuottoon (ROI = Return of Investment) vaikuttaa videon suunnittelu ja valmistuskustannukset, sekä videon jälkeen tapahtuva myynti ja siitä saatavat tulot. Siksi täytyy miettiä mahdollisuuksia: ulkoistaako suurimman osan videotuotannosta toiselle yritykselle, jolta löytyy kalusto ja tietotaito mainosvideoiden kuvaamiseen, vai investoiko saman rahasumman yrityksen omiin tarvikkeisiin videon kuvausta varten. Jos yrityksen sisältä löytyy halua ja työntekijöiltä aikaa mainosvideon kuvaamiseen, onnistuu se myös ilman edeltävää kokemusta videokuvauksesta. Seuraavissa kappaleissa tuodaan esille mainosvideon kuvaamisen eri vaiheet esituotannosta eli suunnittelusta aina kuvaustermistöön, -tekniikkoihin sekä jälkituotantoon saakka. (Pepper 3.6.2014.)

## **2.2 Esituotanto**

Esituotanto on yleisesti videoprojektin ensimmäinen vaihe (ETS 2014a). Siihen voidaan lukea lähes kaikki videokuvausta edeltävät vaiheet, kuten ennakkotutkimus, taustatyö, aikataulun suunnittelu sekä käsi- ja kuvakäsikirjoitus. Elokuva-alalla esituotantoon kuuluu edellä mainittujen lisäksi muun muassa roolitus, pitchaaminen eli idean myyminen tuotantoyhtiöille, sekä rahoitussuunnitelma. (Elokuvantaju a.)

Esituotannon tarkoituksena on löytää vastauksia seuraaviin kysymyksiin: mikä on videoni tarkoitus, mitä kuvataan, mitä asioita tarvitaan videon aikaansaamiseksi, miten pysyä kontekstissa, sekä miten videon levitys ja markkinointi hoidetaan. Huolellisesti suunniteltu video tuo paremman lopputuloksen, sekä säästää paljon aikaa ja rahaa. (ETS 2014b).

**Ennakkotutkimuksen ja taustatyön** tarkoituksena on perehtyä kuvattaviin kohteisiin ja kuvauspaikkoihin ennen kuvauksien ja muiden prosessien aloittamista. Periaatteessa lähes kaikki videoon, sen kohteeseen ja toimeksiantajaan kohdistuva tiedon etsiminen ja siihen perehtyminen on taustatyötä. (Elokuvantaju b.)

Varsinkin fiktiivisiä videoita kuvattaessa on kuvauspaikkojen ja tapahtumien perinpohjainen selvittäminen tärkeää tarkan ja todenmukaisen kuvan antamiseksi katsojille. Dokumenttipohjaisissa videoissa puolestaan kohteeseen perehtyminen on hyvän käsikirjoituksen ja kuvauksen edellytys. Onnistunut ennakkotutkimus ja taustatyö luovat tiedollisen kehyksen ja onnistumisen edellytykset varsinaiselle kuvaustyölle. (Elokuvantaju b.)

**Käsikirjoitus, synopsis ja kuvakäsikirjoitus** tehdään taustatyön ja ideoinnin jälkeen. Synopsisella tarkoitetaan lyhyttä, ennen käsikirjoitusta tehtävää luonnosta videon sisällöstä. Synopsisin tärkein tehtävä on tiivistää videon tärkeimmät tapahtumat ja asiat aikajärjestykseen. Pituudeltaan se voi olla noin muutamasta rivistä kahteen sivuun, riippuen videon kestosta ja laajuudesta. Ennen synopsisin kirjoittamista on hyvä olla selvillä videon perusrunko, sekä siinä käytettävät kerronnalliset keinot kuten haastattelut, näytellyt tai spikatut osuudet ja juonnot yms. (Apogee Productions.)

Käsikirjoitus on synopsisin pohjalta laadittu, yksityiskohtaisempi videon lopullinen suunnitelma ja runko, joka pitää sisällään videon kuvaukseen tarvittavat tarkat tiedot. Sitä seuraamalla pystytään video kuvaamaan täysin sellaisena kun on tarkoitettu. Hyvää käsikirjoitusta pidetäänkin usein onnistuneen videoprojektin edellytyksenä. (Apogee Productions.)

Käsikirjoitus pyrkii selittämään videon tapahtumat yksiselitteisesti. Se poikkeaa siis täten kirjallisuudesta, jonka yleisimpänä tarkoituksena on jättää osa asioista lukijan itsensä kuviteltavaksi. Käsikirjoitus pyritään avaamaan katsojille kuvan ja äänen avulla. Itse käsikirjoitukseen ei kuitenkaan sisällytetä ilmaisullisia keinoja, kuten kameran liikkeitä tai kuvakoja, vaan ne jätetään kuvaajan ja ohjaajan harteille. (Apogee Productions.)

Kuvakäsikirjoitus on vapaamuotoinen, piirrettyyn muotoon saatettu luonnos käsikirjoituksesta. Sen tarkoitus on toimia muistilistana, jotta kaikki asiat tulee kuvattua. Kuvakäsikirjoitus tehdään usein sarjakuvamaiseen muotoon, jolloin sitä on helpompi ja nopeampi hahmottaa. Sen tarkoituksena ei kuitenkaan ole jokaisen käsikirjoituksen kohtauksen havainnollistaminen, vaan sitä käytetään usein vain vaativimmissa ja yksityiskohtaisimmissa kohtauksissa. (Apogee Productions.)

**Aikataulutus ja suunnittelu** saatetaan joskus mieltää ennakkotutkimuksen ja taustatyön vaiheeseen. Siinä missä ennakkotutkimus ja taustatyö keskittyvät kuvauskohteiden etsimisen ja tietoperustan hankkimiseen, aikataulutus ja suunnittelu pyrkivät ennakoimaan videon kuvauksen ja prosessin eri vaiheiden aikana esille nousevia haasteita. Videoproduktioon kuuluu lukemattomia määriä niin sisäisiä kuin ulkoisiakin tekijöitä, jotka voivat joko hankaloittaa tai helpottaa prosessin etenemistä. Näiden riskien prosessointi ja minimointi on videoproduktion aikataulutusta ja suunnittelua. (Fox 16.4.2013)

Videokuvauksen aikataulutuksen voi tehdä esimerkiksi luomalla listan tarvittavista otoksista kuvauspaikkoineen sekä tarkkoine aikatauluineen. Aikataulua seuraamalla videon kuvaamisesta tulee miellyttävämpää ja sujuvampaa, josta hyötyvät sekä kuvausryhmä, että asiakas. On kuitenkin muistettava, että jokainen video on erilainen. Riippuen videon tyypistä, sanomasta ja kestosta, produktion läpiviemiseen tarvittava aika voi vaihdella suurestikin. Tämän vuoksi esituotanto ja suunnittelu tulisi tehdä mahdollisimman huolellisesti, jotta myös aikataulutuksen suunnittelu olisi helpompaa. (School Video News)

Videoproduktion suunnittelussa on keskityttävä prosessiin kokonaisvaltaisesti. Aluksi on hahmotettava videon tarkoitusperä ja sanoma, eli mitä videolla halutaan saavuttaa. Tarkoitusperät voivat olla videosta riippuen lähes mitä tahansa, vaikkapa yritysmaailmaan tai vapaa-aikaan liittyviä, esimerkiksi yrityksen kotisivun liikenteen kasvattaminen, tuotteen tai palvelun myyminen tai vaikkapa yleisen tietoisuuden kasvattaminen. Jimm Fox, One Market Media blogin kirjoittaja suosittelee videon tarkoitusperää miettiessä vastaamaan seuraavaan kysymykseen: ” What do you want to happen when people finish watching your video?”. (Fox 16.4.2013)

Videon tarkoitusperän perinpohjaisen selvittämisen jälkeen avautuu suunnittelun seuraavat vaiheet. Esimerkiksi kuvauskaluston tai apuvälineiden hankinnan suunnittelua varten tarvitsee tietää mitä kuvataan ja miten. Musiikkikonsertin kuvaamiseen tarvitaan luultavasti useita kameroita, kun vaikkapa rakennusfirman mainosvideon kuvaamiseen saateen tarvita yläilmoihin yltävä nosturi videokameraa varten.

## **2.3 Tuotantovaihe**

Tuotantovaiheessa toteutetaan videon kuvaukset esituotannon aikana kehitettyjen suunnitelmien mukaan. Videon tekijöiden visio alkaa tässä vaiheessa jo konkretisoitumaan, joten miten paremmin esituotanto on toteutettu, sitä sujuvammin tuotantovaihe toteutuu. Seuraavat käsitteet ovat tärkeitä ymmärtää tuotantovaiheen osalta. (School Video News)

**Laitteistosta** videon kuvausta suunnitellessa ehkäpä tärkein päätös on kameran valinta. Videoita voi kuvata monilla laitteilla: ammattilaisille ja kuluttajille suunnatuilla videokameroilla, kännyköillä, tableteilla ja pääasiassa valokuvaukseen tarkoitetuilla digitaalisilla kameroilla. Niiden avulla saatava laatu ja käyttötarkoitus vaihtelevat suurestikin, mutta ne kaikki jakavat yhteisenä ominaisuutena mahdollisuuden taltioida elävää ja liikkuvaa kuvaa. (Ascher & Pincus 2013, 102-103.)

Video- ja still-kameroiden kehityskaaressa ei juurikaan ole tapahtunut filmiltä digitaaliseen muotoon siirtymisen lisäksi muita mullistavia muutoksia viimeisten vuosikymmenien aikana. Kameroiden perustoiminta ja toiminnot ovat siis pysyneet kutakuinkin samana. (Ascher & Pincus 2013, 102-103.)

**Järjestelmäkamerat** luokitellaan nykyään kahteen eri luokkaan: SLR eli single-lens reflex- ja DSLR digital single-lens reflex kamerat. SLR järjestelmäkamerat ovat vanhempaa tyyppiä ja käyttävät filmiä. Näiden kameroiden kanssa ei videokuvaus ole mahdollista. DSLR kamerat puolestaan käyttävät peilitekniikkaa jossa objektiivin kautta tuleva valo heijastetaan useamman peilin kautta kameran kennolle, josta se tallentuu digitaaliseen muotoon kameran muistikortille (Diffen.). Lähes kaikki nykyaikaiset järjestelmäkamerat ovat DSLR tyyppisiä, myös pienemmät digipokkarit, jotka kulkevat kätevästi esimerkiksi taskussa. Digipokkareilla laadukkaan video kuvaus on hankalampaa ja tällöin lähes pakollinen lisävaruste on kolmijalka, sillä kevyt kamera heiluu käsivaralta kuvattaessa niin paljon, että videokuva voi olla sietämätöntä katsoa. (Digikuvaus.fi 2010.)

**Videokamerat** ovat nimensä mukaisesti suunniteltu nimenomaan videokuvaamiseen eikä niillä onnistu valokuvaaminen. Tässä suhteessa digipokkarit ja järjestelmäkamerat nousevat monipuolisuutensa avulla paremmaksi vaihtoehdoksi, mikäli tarkoituksena on videokuvaamisen lisäksi myös valokuvaus. Videokamerat on kuitenkin suunniteltu helpommin kädessä pidettäväksi pitkienkin kuvausten aikana ja niitä voi pidellä myös yhdellä kädellä, mikä ei onnistu järjestelmäkameroilla kuvattaessa. Lisäksi lähes jokaisten videokameroiden runkoon kiinnitetty, usein eri suuntiin liikkuva näyttö, helpottaa videokuvauksessa huomattavasti. (Gambat 2013.)

Kaikki videokamerat sekä nykypäivän digitaaliset järjestelmäkamerat pitävät sisällään seuraavat elementit: linssi, sensori, digitaalisen signaalin prosessori, etsin, nauhoitusjärjestelmä, äänentallennin, virtalähde sekä aikakoodi. Linssi on kameran etupäässä oleva, usein irrotettavissa, vaihdettavissa ja liikuteltavissa oleva elementti jonka kautta valo heijastetaan kameran sensorille. Sensori puolestaan on elektroninen siru, joka muuttaa muo-

dostetun kuvan sähkölatauksiksi joka digitalisoituu prosessorin kautta videosignaali. Et-  
sin on kameran ylälaidassa sijaitseva silmälle tarkoitettu ruutu, jonka läpi kuvausta useim-  
miten suoritetaan. Nauhoitusjärjestelmä taltioi muodostetun videosignaalin kameran muis-  
tikortille tai ulkoiselle kovalevylle ja johon äänen tallennin nappaa synkronoidusti äänen.  
Koko kameran toimintoja pitää yllä kameran sisällä oleva akku, patterit tai ulkoinen virta-  
lähde johon kamera on kytketty. Aikakoodi puolestaan leimaa jokaisen kuvatun ruudun  
(frame englanniksi) tunnin, minuutin ja sekunnin mukaan. Aikakoodi on monilta osin kriitti-  
nen elementti videota muokatessa ja kuvatessa. (Ascher & Pincus 2013, 103.)

Verrattaessa järjestelmäkameroita ja videokameroita esille nousee huomioon otettavia  
eroja jotka voivat hankaloittaa kuvausta. Yhtäjaksoinen videokuvaus DSLR järjestelmäka-  
meroissa on usein rajoitettu lyhyisiin, maksimissaan noin 12 minuutin mittaisiin pätkiin.  
Kuvaajan täytyy siis tällöin aloittaa uusi videopätkä vanhan loputtua. Tämä tuo haasteita  
varsinkin pitkiin videokuvauksiin. Lisäksi järjestelmäkameroissa sisäänrakennettu mikro-  
foni ei ole läheskään yhtä laadukas kuin videokameroissa. Ulkoisen mikrofonin liittäminen ka-  
meraan on tällöin suotavaa, mikäli halutaan käyttää laadukasta ääntä videolla. (For Dum-  
mies.)

Mikä nostaa järjestelmäkamerat samanhintaisten videokameroiden yläpuolelle on niiden  
monipuolisuus. Halvemman luokan videokameroissa ei ole mahdollisuutta vaihtaa objekti-  
via eli kameran etupäässä olevaa linssiä. Järjestelmäkameroissa objektiivivalikoimat ovat  
todella laajat ja tätä mahdollisuutta hyväksikäyttäen kuvaajat voivat taltioida monipuoli-  
sempaa videokuvaa. (For Dummies.)

**Objektiivien** valinta on tärkeä asia kuvauksien suhteen. Ammattitason digijärjestelmä- ja  
videokameroihin voi valita ja vaihtaa erilaisia elokuvatuotantoon ja muuhun videokuvauk-  
seen suunniteltuja objektiiveja (Canon.). Halvimpien video- ja digikameroiden linssit on  
kuitenkin kiinnitetty kameran runkoon ilman irrotusmahdollisuutta. (Ascher & Pincus 2013,  
141.)

Videokameroiden ja järjestelmäkameroiden vaihdettavat objektiivit ovat varustettu kame-  
ravalmistajien omilla kiinnityksillä jotka sopivat ainoastaan saman merkkisiin kameroihin.  
Tätä tarkoittaa sitä, että esimerkiksi Canonin valmistamat objektiivit eivät kiinnity muuta-  
mia poikkeuksia lukuun ottamatta Nikon mallisiin kameroihin. Tämä on hyvä pitää mie-  
lessä kameraa ja objektiiveja valitessa, sillä valmistajakohtaiset valikoimat saattavat vaih-  
della laajuudelta ja laadulta. (Digifaq 2011.)

Objektiivit tai toiselta nimeltä kameran linssit muodostuvat useammista monimutkaisista osista, joita kutsutaan elementeiksi. Objektiivin elementit luovat saumattomasti yhteen toimivan kokonaisuuden, joka toimii suurennuslasin tavoin; ne keräävät ja tiivistävät valonsäteet kameran sensorille, josta muodostuu pieni digitaalinen kuva. Tämä kuva prosessoidaan eteenpäin suuremmaksi versioksi. (Ascher & Pincus 2013, 141.)

Järjestelmäkameroiden ja videokameroiden objektiiveja on lukuisia erilaisia. Karkean alkujaottelun voi objektiiveissa luoda kiinteälle ja säädettävälle polttovälille. Polttovälillä tarkoitetaan katselukulmaa, joka objektiivin linssien väliltä syntyy (Cambridge in colour). Kiinteä polttoväli tarkoittaa, että objektiivin polttoväliä eli zoomia ei pysty muuttamaan. Säädettävän polttovälin objektiiveissa tämä onnistuu zoomausrengasta kääntämällä (Saari 10.6.2012). Zoom-objektiivit ovat monipuolisia ja luovat useita eri mahdollisuuksia kuvaajille. Tämä ei kuitenkaan aina tarkoita sitä, että kuvaajan ei tarvitsisi vaihtaa kuvauspaikkaa zoomausmahdollisuuden takia, vaan luo pikemminkin mahdollisuuksia useampiin perspektiiveihin. (Cambridge in colour)

Monet pohtivat lisäksi kiinteän ja säädettävän polttovälin eroja ja hyötyjä. Kiinteän polttovälin objektiivit ovat usein halvempia ja hinta-laatu suhteeltaan parempia verrattuna saman hintaluokan säädettäviin objektiiveihin, ja saattavat omata paremman kuvanlaadun. Kiinteällä polttovälillä pystyy keräämään enemmän valoa objektiiviin jolloin esimerkiksi pimeäkuvaus on helpompaa. Lisäksi kiinteän polttovälin objektiiveilla taustan sumentaminen on helpompaa ja usein paremman laatuista. (Cambridge in colour)

**Lisävarusteita** on paljon tarjolla helpottaakseen video- ja valokuvausta. Ehkäpä tärkein, varsinkin videokuvauksen näkökulmasta, on kolmijalka tai jokin muu jalusta. Jalusta tarjoaa tukevuutta kameralle ja estää sitä heilumasta kuvausten aikana. Lisäksi sen avulla oikean perspektiivin ja horisontin kohdilleen säätäminen on helppoa. Mikäli heiluva ja käsi-varalta kuvattu materiaali ei ole tarkoituksenaan, saattaa sen katselu olla rasittavaa ja heikentää katselukokemusta huomattavasti. Jalustaa kannattaa siis käyttää lähes aina tilanteesta riippumatta. (Digikuvaus.fi 2010.)

Tero Pänkäläinen Digivideo.fi nettisivulta määrittelee jalustat useisiin eri tyyppisiin käyttötarpeiden mukaan: kolmijalat, yksijalat (monopod), pöydällä pidettävät, rintatuet, stedicamit, olkatuet ja autojalustat. Videokuvaukseen tarkoitetuissa jalustoissa täytyy lisäksi olla videopää, eli videokuvaukseen suunniteltu liikkumismekanismi. Tämä mahdollistaa kameran kääntämisen ja liikuttelun saumattomasti jokaiseen suuntaan ilman että itse kameran jalusta liikkuu paikoiltaan. (Digivideo. Jalustat)

Videokuvaukseen tarkoitettuja päitä on useita erilaisia: kitkapäät, nestepäät ja rataspäät. Kitkapäät ovat kaikkein halvimpia, mutta niiden avulla kameran panerointi eli liikuttaminen sivusuuntaan on vaikeaa ja työlästä. Tilttaukseksi puolestaan kutsutaan kameran liikuttamista pystysuuntaan. Nestepäissä kamera liikkuu hydraulisesti ja sulavasti nestekerroksen päällä. Rataspäitä puolestaan käytetään usein vain raskaimpien kameroiden kanssa, jolloin kameran liikkeitä hallitaan kahden säädettävät rattaan avulla. Kitka- ja nestepäät ovat helpoimpia käyttää, kun puolestaan rataspää voi toimia yhtä hyvin ja luotettavasti, mutta tarvitsee käyttäjältään kokemusta. (Ascher & Pincus 2013, 378.)

**Valaistus** on valo- ja videokuvaamisen eilinehto, sillä ilman valoa ei kuvien tai videon taltiointi olisi mahdollista. Valaistuksen voi rakentaa videolle luonnollisin keinoin tai erillisiä valaisimia käyttäen, tilanteesta riippuen. Videolla kohtauksen valaistus vaikuttaa parhaimmillaan siihen miten ja mitä näemme kuvassa (Ascher & Pincus 2013, 474). Studioissa kuvatessa valaistukset saattavat olla hyvinkin monimutkaisia ja laajoja, sillä eri kohteita halutaan valaista ja korostaa eri tavoilla. Studion ulkopuolella kuitenkin kuvataan, tai ainakin pyritään pääsääntöisesti kuvaamaan luonnon omalla valolla. Tällöin valaistusta voidaan tarvittaessa täydentää asentamalla heijastavia peilejä tai mekaanisia valoja kuvauspaikalle. (Elokuvapolku)

Valaistuksen suuntaa muuttamalla voidaan vaikuttaa siihen miltä kuvattavat kohteet näyttävät videolla. Suoraan kameran takaa eteenpäin suunnattu valaistus tuo kaikki kohteet näkyviin eikä se luo juurikaan varjoja kuvaan. Negatiivisena puolena on, että se valaisee pinnat liiankin hyvin, vähentäen niiden moniulotteisuutta. Suoraan kameraa päin, kuvattavan kohteen takaa yläviistosta tuleva valaistus on erinomainen erottamaan kohteita niiden taustasta. Se voi luoda valaistusefektejä esimerkiksi ihmiskohteen olkapäihin ja päälle, luoden taiteellisia efektejä videota varten kuvaajan niin halutessa. (Ascher & Pincus 2013, 474-475.)

Sivuvalo muodostetaan kuvattavan kohteen sivuilta, noin kello kolmesta tai yhdeksästä kameran paikasta katsottaessa. Sivuvallon avulla eri tekstuurit saadaan elävämmiksi, sillä valaistus luo useita pieniä kamerakuvaan näkyviä varjoja. Sivuvallaistusta käytetään usein myös dramatisoimaan tilanteita tai henkilöitä. (Ascher & Pincus 2013, 474-475.)

**Filtterit**, toiselta nimeltä myös suotimet, ovat järjestelmä- ja videokameroiden objektiivien linssien eteen asetettavia, objektiivin uloimman lasikerroksen näköisiä ja kokoisia suodattimia. Niitä käytetään useimmiten joko muokkaamaan kuvaa ja videota normaalin eli mahdollisimman ihmissilmälle luonnollisen näköiseksi tai luomaan erikoisefektejä, jotka muuten eivät olisi kuvausvaiheessa mahdollisia. Nykyaikana filtteri on kuitenkin korvattavissa

esimerkiksi jälkikäsittelyllä tietokoneiden ja kuvan- sekä videonkäsittelyohjelmistojen kehittymisen myötä. (Ascher & Pincus 2013, 311.)

Filttereitä käytettäessä minimoidaan myös kameraan ja sen objektiivia kohti aiheutuvia vahinkoja ja estetään linssien likaantuminen. Korkealaatuinen ja täysin kirkas suojaus- tai UV-filtteri kuuluu usean kuvaajan vakiovarusteisiin, sillä se tuo hyvän suojauksen likaa, pölyä, kosteutta ja kolhuja vastaan. Kolhittu tai likaantunut filtti on helpommin putsattavissa ja korvattavissa kuin satojen tai tuhansien eurojen arvoinen objektiivi. (Weitz 2015.)

Filttereitä on monenlaisia: UV-, taivaanvalo-, suojaus-, polarisaatio-, harmaasuodin- ja värifiltteri ovat yleisimmät ja suosituimmat. Suojaus-, UV- ja taivaanvalofiltterit toimivat pääsääntöisesti objektiiveja suojaavina suotimina, joista kaksi jälkimmäistä myös vähentävät maiseman ja taivaan sameutta. Polarisaatiofiltterejä käytetään vähentämään veden, lasin sekä muiden kiiltävien pintojen luomia heijastuksia sekä esimerkiksi tuomaan lisää syvyyttä, rakennetta ja väriä taivaalle sekä pilville. Polarisaatiofilttereitä löytyy myös värjäävinä ja muina maisemaa muokkaavina versioina joiden avulla voi esimerkiksi muuttaa veden värin sinisestä vihertäväksi (Kuva 1). Harmaasuodinta ja värifiltteriä käytetään tuomaan osaan, usein puolikkaaseen kuvaan, eri sävyjä, värejä tai harmautta. Harmaasuodinta käytetäänkin esimerkiksi pitkään valotetuissa kuvissa, sillä se tummentaa koko ruudun ja antaa näin ollen mahdollisuuden pidempiin valotusaikoihin. (Weitz 2015.)



Kuva 1. Polarisaatiofiltterin vaikutus kuvanlaatuun. (Weitz 2015.)



Kameroissa on olemassa automaattiasetus helpon ja vaivattoman kuvauskokemuksen saavuttamiseksi. Ottaakseen maksimaalisen hyödyn irti kamerasta kuvaajan tulee kuitenkin oppia manuaalisten kuvausasetusten säätö. Usein moderneilla järjestelmäkameroilla videota kuvattaessa ei automaattiasetukset edes ole mahdollisia, vaan kuvaajan täytyy määrittää ne itse. (Saari 19.3.2012.)

**Aukko** on nimensä mukaisesti kameran objektiivin muodostuva aukko, joka päästää valoa kameraan. Mitä isompi aukko on, sitä enemmän valoa objektiivin läpi pääsee. Pienempi aukko tekee kuvasta tarkemman, mutta tarvitsee enemmän valoa. Aukkoa kannattaa siis pienentää olosuhteiden niin salliessa, ellei tarkoituksena ole hankkia lyhyttä ja sumeaa syväterävyyttä. (Laine 5.8.2013.)

Aukon arvo puolestaan toimii päinvastaisella periaatteella: mitä suurempi aukon arvo on, sitä pienempi aukosta tulee. ”Aukon koon puolittuessa valotusajan on kaksikertaistuttava, jotta sama määrä valoa pääsisi kameran kennolle”, kertoo Timo Laine nettisivuillaan. Eli aina kun aukkoa joko suljetaan tai avataan yksi pykälä, täytyy myös valotusajan kaksinkertaistua vastakkaiseen suuntaan. Pienempi aukko tarvitsee pidemmän valotusajan ja päinvastoin. Aukon arvoa kuvataan objektiiveissa kirjaimella  $f$  (esimerkiksi  $f/2.8$ ) (Laine 5.8.2013.)

Syväterävyysalueella tarkoitetaan kuvassa terävänä näkyviä alueita. Jos aukon arvo on pieni, eli aukko itsessään suuri, tarkoittaa se usein hyvin pientä syväterävyysaluetta, jossa osa kuvasta, varsinkin kohteen takana olevat maisemat sumentuvat helposti. Tätä kutsutaan lyhyeksi syväterävyysalueeksi. Pitkässä syväterävyysalueessa kuvataan suuremmalla aukon arvolla jonka johdosta laajempi osa kuvasta pysyy tarkkana. (Saari 11.6.2012.)

Syväterävyyteen vaikuttaa aukon lisäksi myös polttoväli sekä etäisyys kohteesta. Lähellä olevat kohteet saadaan kuvattua todella lyhyelle syväterävyysalueelle oikean polttovälin ja etäisyyden kanssa. Usein ei ole olemassa vain yhtä oikeaa asetusta kameraan vaan paras syväterävyys selviää eri asetuksia kokeilemalla. (Saari 11.6.2012.)

Monet valo- ja videokuvaajat käyttävät hyväkseen lyhyttä syväterävyyttä tuomalla kohteen esiin sen taustasta. Syväterävyyden kanssa kannattaa kuitenkin olla varovainen, sillä liian lyhyt syväterävyys voi tehdä teräviksi tarkoitetuista kohteista liian sumeita (Kuva 2). Portrettia kuvatessa esimerkiksi toinen silmä saattaa olla syväterävyyden takia toista sumeampi. (Saari 11.6.2012.)



Kuva 2. Syväterävyyden vaikutukset. (Saari 11.6.2012.)

**Suljinaikaa ja valotusta** säätämällä kameran objektiivin läpi kulkevaa valoa voidaan hallita monin eri keinoin. Objektiivin aukkoa määrittelemällä pystytään vaikuttamaan linssin läpi tulevaan valon määrään ja voimakkuuteen. Suljinaika puolestaan tarkoittaa objektiivin läpi kulkevan valon kestoa, eli kuinka kauan otosta altistetaan valolle. Aukkoa ja suljinaikaa on mahdollista muuttaa sekä manuaalisesti että automaattisesti digitaalisissa järjestelmäkameroissa ja – videokameroissa. Eli suljinaika tarkoittaa sitä aikaa, kun kameran linssin aukko on auki ja kerää valoa kameran kennolle. (Ascher & Pincus 2013, 255-256.)

Valokuvan tai videon valotuksella tarkoitetaan sen valokylläisyyttä. Liian valottunut kuva tai video on sävyltään haalea ja vaalea, kun verrattavasti alivalottunut kuva tai video on tummansävyinen eivätkä yksityiskohdat välttämättä erotu. Usein paras lopputulos saadaan, kun löydetään sopiva aukko, suljinaika ja täten myös valotus. Valotus on sekä valon voimakkuuden ja yksittäisen freimin eli kuvan yhteissumma, jota siis hallitaan kameran aukkoa ja suljinaikaa optimoimalla. Nykyisin valotusta on kuitenkin melko helppo muokata myös jälkikäteen kuvankäsittelyohjelmilla. (Ascher & Pincus 2013, 255-256.)

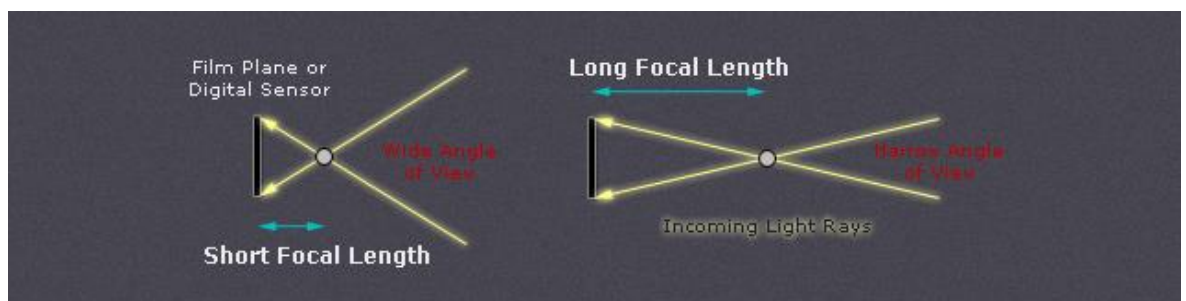
**Kuvataajuus** eli framerate tarkoittaa videolla tietyssä aikayksikössä näkyviä yksittäisiä kuvia. Yleisin aikayksikkö jota videokuvauksessa käytetään, on FPS (frames per second). Eli FPS mittaa kuinka monta kuvaa mahtuu sekuntin mittaiseen videonpätkään (Afterdawn 2015). Maailmanlaajuinen standardi videon/elokuvan kuvataajuudessa on 24 FPS, mutta myös poikkeuksia löytyy. Euroopassa ja muissa PAL videostandardin maissa televisioon ja elokuvaan tarkoitettu videomateriaali kuvataan 25 FPS muodossa. (Ascher & Pincus 2013, 257.)

Kun kameran kuvataajuus eli FPS on sama projektorin tai päätelaitteen kanssa näyttää video luonnollisimmalta. Jos kameran FPS nopeus kasvaa, niin sekunnissa kuvattujen kuvien määrä nousee. Mikäli projektorin nopeus pysyy samana, hidastuu kuva. Tämä on toistettavissa myös toiste päin: kun kameran nopeus hidastuu, nopeutuu video samalla projektorinopeudella. (Ascher & Pincus 2013, 257.)

**ISO-arvolla** (International Standards Organisation) tai –herkkyydellä tarkoitetaan kameroi-  
den kennon herkkyysastetta. ISO-arvo on muutettavissa jokaisen kuvan kohdalla riippuen  
saatavana olevan valon määrästä. Mitä pienempi ISO-arvo on, sitä parempilaatuisia ku-  
vista tulee. Pieni ISO-arvo vaatii kuitenkin paljon valoa, jotta kuvista tai videosta tulisi hy-  
välaatuista. Kun ISO-arvoa kasvatetaan, vähenee tarvittavan valon määrä kuvanlaadun  
kustannuksella. Kun korkean ISO-arvon omaavia kuvia suurennetaan, on niiden kohina  
helposti nähtävissä. Kohinaa on myös mahdollista pienentää jälkikäteen tehtävässä edi-  
toinnissa varsinkin valokuvissa. (Saari 13.6.2012.)

**Polttovälillä** tarkoitetaan objektiivin tai linssin kykyä taittaa valoa. Valo taittuu kameras-  
linssin kautta kamerasensorille, josta se heijastuu takaisinpäin identtisessä kulmassa.  
Mitä lyhyempi polttoväli on, sitä suurempi on sen taittokyky. Lyhyt polttoväli siis antaa laa-  
jemman katselukulman, kun vastaavasti pitkä polttoväli taittaa valoa heikommin ja antaa  
suppeamman katselukulman. (Ascher & Pincus 2013, 141-142.)

Lyhyen polttovälin objektiiveja kutsutaan laajakulmaobjektiiveiksi niiden tuoman laajan ku-  
vakulman vuoksi. Pitkän polttovälin objektiiveja kutsutaan nimellä zoom- tai teleobjektiivi,  
sillä niiden tuoma kohdennusmahdollisuus pystyy antamaan lähikuvaa kohteista (Cam-  
bridge in colour).



Kuva 3. Lyhyt ja pitkä polttoväli. (Cambridge in colour)

Kameran **tarkennusmahdollisuuksiin** on tärkeä tutustua ennen videokuvauksen aloitta-  
mista. Useimmat järjestelmä- ja videokamerat mahdollistavat manuaalisen tarkennuksen  
kameran objektiivistä löytyvää tarkennusrengasta kääntämällä. Manuaalinen tarkennus on  
aluksi haastavampaa, mutta tarjoaa lopulta paljon luovia ratkaisuja videoiden kuvaami-  
seen. Halvemmat kuluttajatasen video- ja digikamerat kuitenkin toimivat ainoastaan auto-  
maattisella tarkennuksella. (Ascher & Pincus 2013, 113.)

Kuten edellä mainittiin, manuaalinen tarkennus tehdään kameran objektiivista löytyvää tarkennusrengasta pyörittelemällä. Tätä helpottamaan on moniin objektiiveihin tehty etäisyysmerkintöjä joiden avulla voi valita valmiin tarkennuksen, mikäli etäisyys kohteeseen on tiedossa. Esimerkiksi viiden metrin päässä olevan kohteen voi tarkentaa helposti asettamalla tarkennusrenkaan 5m asentoon, jos sellainen löytyy. Tällöin tarkennuksen tulisi olla juuri oikea samalta etäisyydeltä kuvattaessa. Objektiivista ja polttovälistä riippuen kannattaa olla tarkkana syväterävyyden kanssa, sillä tarkennetun alueen ulkopuolelle osuvat etäisyydet usein sumentuvat. Vaikka osa kohteesta on täydellisesti tarkennettu kameralle, ei loppuosa välttämättä ole. (Ascher & Pincus 2013, 153-154.)

Kuvaustekniikoiden hallinta on yksi tärkeimmistä videokuvauksen perusteista. Laadukas video ei voi koostua vain yhdestä kuvakulmasta kuvatusta pätkästä vaan sisältää useita eri kuvakulmia, kameroita ja kohtauksia jotka täytyy sommitella kameran kuvaan juuri oikealla tavalla. (Ascher & Pincus 2013, 323.)

Sommittelu ja eri otostyypit lajitellaan karkeasti kolmeen eri kategoriaan: pitkän matkan ja keskipitkän matkan otokset sekä lähikuvat. Pitkän matkan otoksissa henkilö ja hänen suhteellinen kokonsa ympäröivään miljööseen on erotettavissa. Keskipitkän matkan otoksissa henkilö tai muut kohteet saattavat näkyä vain osittain, esimerkiksi päästä polviin saakka. Lähikuvissa kuvaan sommitellaan keskipitkää matkaa suppeampi osa kohteesta, esimerkiksi vain henkilön pää. (Ascher & Pincus 2013, 323.)

Kun otetaan kaksi samanaikaista otosta vastakkaisista suunnista, puhutaan tällöin käännetyt kulman otoksesta. Esimerkiksi kahden henkilön dialogi kuvataan useimmiten tätä tekniikkaa hyväksikäyttäen. Henkilöt seisovat kasvokkain jolloin molempien taakse viistoon kulmaan asetetut kamerat kuvaavat molemmat henkilöt omiin otoksiin. Nämä otokset saadaan editointivaiheessa yhdistettyä luonnollisen näköiseksi dialogiksi jossa kuva hypää aina puhuvan henkilön kasvoihin. (Ascher & Pincus 2013, 323.)

**Time-Lapse**, eli suomeksi intervallikuvaus, on vaikuttavan näköinen ja usein esimerkiksi maisemavideoissa nähtävä kuvaustekniikka, jossa iso sarja kuvia tai pitkä video yhdistetään ja nopeutetaan korkeatempoisesti toistettavaksi materiaaliksi. Päättarkoituksena on esittää pitkä, usein tuntien tai jopa päivien kestoinen ajanjakso, lyhyessä noin parin minuutin tai sekunnin kestävässä videossa. Tällöin esimerkiksi päivän eri vaiheet tulevat selvästi esille ja maisemavideoissa vaikkapa pilvien liikkeet saadaan nopeiksi ja sulavan näköisiksi. Tärkeintä Time-Lapse kuvauksessa on pitää kamera täysin paikoillaan koko kuvauksen ajan. Mikäli kamera liikkuu tai heilahtaa videota tai kuvia otettaessa, tulee lopputuloksesta saumaton kokonaisuus. (Kelle 2011.)

Time-Lapse videoita voi kuvata sekä valokuvina että videona. Valokuvien kautta otetut Time-Lapse videot vaativat kuitenkin pidemmän kuvausajanjakson. Mikäli tarkoituksena on ottaa esimerkiksi 12 tunnin ajanjaksolta valokuva jokaisen minuutin välein, tiivistyy kuvat yhteen liitettynä 720 kuvan mittaiseksi videoksi, joka kestää 24FPS nopeudella siis 30 sekuntia. Kuvissa näkyvät muutokset päivittyvät tällöin aina oikeassa ajassa minuutin välein, joka videossa vastaa vain sekunnin murto-osia. Kaikki Time-Lapse videolla näkyvät liikkeet ovat siis karkeita ja esimerkiksi ihmisten liikkeet eivät luultavasti tulisi videolla näkymään ollenkaan, koska ihminen ei esiinny nopean kävelyvauhdin takia kuvassa useampaa freimiä enempää. Valokuvista tehdyt pidemmän ajanjakson Time-Lapse videot pyritään siis usein miten tekemään hitaasti liikkuvista kohteista kuten pilviä sisältävistä maisemista. (Kelle 2011.)

Time-Lapsen tekeminen videon pohjalta on helpompaa kuin kuvien yhteen liittäminen. Ainoa mitä sen tekemiseen tarvitaan, on pitkä video jota yksinkertaisesti nopeutetaan jälkikäsittelyn yhteydessä. Esimerkiksi 30 sekunnin pituinen video 200% nopeudella tarkoittaa 15 sekunnin pituista Time-Lapse videota jossa liikkeet ovat tuplasti nopeampia verrattuna alkuperäiseen. (Videomaker 2010.)

## 2.4 Jälkituotanto

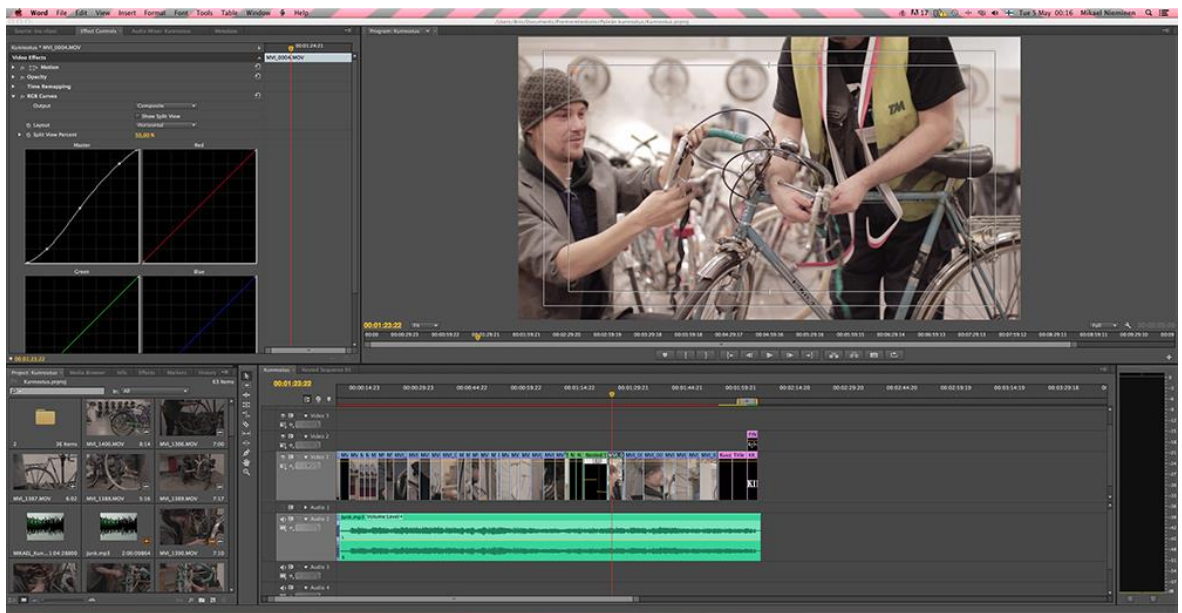
Kun tuotantovaihe on loppunut ja kaikki tarvittava on saatu kuvattua, siirrytään sen jälkeen jälkituotantovaiheeseen (jälkityöt). Keskeisintä jälkituotannossa on videomateriaalin ja äänten editoiminen. Kuvattu materiaali leikataan ja värimääritellään, jonka jälkeen siihen lisätään myös halutut tietokone-efektit ja grafiikat. Samoin tehdään myös äänille, jotka leikataan ja miksataan. (Ascher & Pincus 2013, 48-49.)

**Videoneditoinnissa** leikataan, päätetään ja järjestellään videomateriaali tarinallisesti ja kuvakerronnallisesti loogiseen järjestykseen. Esituotantovaiheessa tehty kuvakäsikirjoitus auttaa leikkaajaa järjestämään otokset ja samalla pitää tämän perillä kuvien tarinallisesta merkityksestä. Viimeistään editointivaiheessa videon konkreettinen kokonaisuus alkaa hahmottua. (Ascher & Pincus 2013, 48-49.)

Digitaalinen videomateriaali leikataan videoeditointiin tarkoitetuilla tietokoneohjelmilla (Kuva 4). Videoeditointiohjelmat ovat kuin tehtaita, jotka sisältävät lähes kaikki työvälineet äänen ja videon jälkikäsittelyä varten. Kyseisiä tietokoneohjelmia on paljon markkinoilla, joista osa on kehitelty monipuoliseen ja raskaaseen ammattilaiskäyttöön, kun vastaavasti

harrastelijoille löytyy yksinkertaistettuja kevyempiä ohjelmia. Final Cut ProX, Adobe Premiere ja Avidi Suite ovat suosittuja videoeditointiohjelmia ammattilaisten kuin myös harrastelijoiden keskuudessa. (Ascher & Pincus 2013, 543-548.)

Lähes kaikki ohjelmat toimivat Windowsin sekä Macin käyttöjärjestelmissä. Yleisesti ottaen videoeditointiohjelmien toimiminen vaatii tietokoneelta paljon tehoja. Tehojen tarve tulee vastaan varsinkin silloin, jos editoitavissa on HD, H.264, raw tai muita raskaan tason videoformaatteja. Tehokas kone antaa paremmat mahdollisuudet nopeampaan leikkamiseen, efektien toteuttamiseen ja renderöintiin, sekä videon exporttaamiseen. (Ascher & Pincus 2013, 543-548.)



Kuva 4. Adobe Premierin yleisnäkymä.

Videomateriaali tuodaan editointiohjelmaan sisäisen ja tai ulkoisen kiintolevyn kautta, tai suoraan kameran muistikortista, joita ovat esimerkiksi SD ja CompactFlash nimillä kulkevat kortit. (Ascher & Pincus 2013, 566-567.)

Vaikka editointiohjelmissä on eroavaisuuksia keskenään, niitä silti yhdistää sama aikajana-periaate, jossa videomateriaali ja ääni esitetään lineaarisina janoina. Niitä pystyy muokkaamaan yhdessä tai erikseen, ja niitä voi laittaa päällekkäin, minkä avulla otoksia voi erottaa toisistaan. Aikajanassa liikkuu pystysuora linja, joka kertoo missä kohdassa video menee, kun se on play-tilassa. Ohjelmissa on yleisesti kaksi ikkunaa, josta usein vasemmanpuolinen (source monitor) näyttää raakamateriaalin sisällön ja oikeanpuolinen (program monitor) taas sen mitä materiaalia aikajanalla on. (Ascher & Pincus 2013, 573.)

Keskeisimmät työkalut editoinnissa ovat: razor, slip ja slide-tools, joilla voidaan pätkiä, venyttää ja lyhentää videomateriaalia halutunlaiseksi. Videon voi myös jakaa erillisiin kohtauksiin, jolloin jokaisen kohtauksen voi leikata erillään muusta materiaalista. Lopuksi kaikki erikseen leikatut kohtaukset yhdistetään yhdeksi kokonaisuudeksi. (Ascher & Pincus 2013, 573.)

Videomateriaalit ovat esimerkiksi sijoitettu Adobe Premieressä omaa mediakirjastoon, joka sijaitsee projektipaneelissa yleisnäkymän vasemmassa alalaidassa. Samassa on myös efektikirjasto, josta löytyy esimerkiksi erilaisia transitoita, kuvatyylejä ja tekstiefektejä, sekä animointia ja värimäärittelyä varten tarkoitettuja työkaluja. (Ascher & Pincus 2013, 573.)

**Värimäärittely** on tärkeä vaihe, jossa säädetään videon värimaailmaa ja kirkkautta sekä kontrastia, joilla on vaikuttavat videon lopputulokseen. Säättämällä värejä ja kirkkautta voidaan hakea jotakin tiettyä tunnelmaa tai tyyliä, jota halutaan välittää videon katsojalle. Usein kohtaukset koostuvat monesta eri otosta ja on tärkeää, että niissä on yhteenkuulua jatkuvuus. Joskus saman kohtauksen otosten välillä saattaa olla suuria kontrastisia eroja tai värimaailma on aivan erilainen, esimerkiksi liian sininen toiseen verrattuna. Värimäärittelyllä voidaan mukauttaa otosten värit ja kontrastit yhtenäisemmiksi, jotta jatkuvuus toimisi paremmin. (Ascher & Pincus 2013, 626.)

Useimmat editointiohjelmat tarjoavat erilaisia työkaluja värimäärittelyä varten, yksinkertaisesta monimutkaiseen. Usein yksinkertaisessa työkalussa saattaa olla esimerkiksi kolme kanavaa; mustat, keskisävyt ja valkoiset, joihin jokaiseen voi olla myös omat värisävyt kyllästys säädöt. Curves- työkalu (kuva 4. vasen yläkulma), on yksinkertainen mutta monipuolinen. Sillä voi käsitellä vihreitä, sinisiä ja punaisia värisävyjä kuvan eri tummuusasteikoilla, sekä siitä löytyy myös master käyrä, joka säättää koko kuvan kirkkaussastetta. Tämä työkalu löytyy lähes jokaisesta editointi tai kuvankäsittelyohjelmasta. (Ascher & Pincus 2013, 626.)

**Äänillä** on tärkeä rooli videon tilan ja paikan luomisessa, siksi myös sen jatkuvuus on olennaista. Äänet luovat videolle tunnelman, joka voi olla tarkasti suunniteltu esituotantovaiheessa äänisuunnittelijan ja ohjaajan kesken. Tuotantovaiheessa kuvauspaikalla äänimies äänittää kohtaukset ulkoisella mikrofonilla esivahvistimeen, tai joskus äänet saattavat tallentua suoraan kameraan. Äänitetty materiaali siirretään jälkituotantovaiheessa tietokoneelle, jossa se käsitellään videoeditointiohjelmalla tai jollakin erillisellä ääneneditointiohjelmalla. (Ascher & Pincus 2013, 642.)

Yhtenäisiksi haluttujen ääniraitojen välillä saattaa olla suuriakin eroja, tai niissä on muita ylimääräisiä, ei haluttuja ääniä, jotka voivat pilata jatkuvuuden. Editointiohjelmassa ääntä leikataan samalla tavalla ja samoilla työkaluilla kuin videota. Se sijaitsee aina aikajanassa videolinjan alapuolella, usein yksivärisenä linjana, josta näkyy äänen aaltomuoto. Adobe Premieressä ääniraita on esitetty vihreän värisenä (kuva 4). Pituussuunnassa Ääniraidan halkaisee ohut rima, jota vetämällä ylös tai alas pystyy määrittämään raidan äänenvoimakkuutta. Videon leikkaamiseen tarkoitettut työkalut (razor, slip, slide-tools ja vastaavat) toimivat samalla tavalla ääniraidan kanssa. Niillä voi leikata, pidentää, lyhentää ja siirtää ääniraitaa. (Ascher & Pincus 2013, 644.)

On yleistä, että jälkituotannossa havaitaan joidenkin äänien jääneen haluttua hiljaisemmaksi tai ääniraidalla on häiritseviä taajuuksia ja muita ääniä, jotka häiritsevät kuulijaa. Editointiohjelmissa on työkaluja joilla miksataan ja puhdistetaan ääniraitaa. Näitä ovat esimerkiksi EQ ja kaikki taajuuskorjaajat. Jos jotkin tietyt äänet ovat jääneet liian hiljaisiksi, voidaan ne korvata ääniefekteillä. Ääniefektit (foleyefektit) ovat erillisesti äänitettyjä ääniä, joita leikkaaja voi lisäillä projektiin. Esimerkiksi oven sulkemisesta tai vesilasin laskemista lasipöydälle voidaan korostaa erillisillä ääniefekteillä. Myös ympäristön taustäääniä voi muokata lisäämällä niihin esimerkiksi lintujen, tai vastaavanlaisia tunnelmaa kohottavia ääniä. Internetissä on tarjolla ääniefektikirjastoja, joista voi löytää erillisiä ääniä vauvan itkusta valaiden ääniin saakka. (Ascher & Pincus 2013, 644-645.)

**Musiikilla** on myös merkittävä osa videon tunnelman luomisessa. Sen avulla voidaan lisätä ja vahvistaa videon tarinallista dramatiikkaa. Musiikki voi olla sävelletty artistin kanssa videota varten, tai sille on ostettu käyttölisenssi. Lisenssejä voi ostaa jo olemassa oleville kappaleille esimerkiksi internetistä löytyvistä äänikirjastoista. Eri tason artistit julkaisevat niihin kappaleitaan ja myyvät niiden käyttöoikeuksia. On myös olemassa ilmaisia musiikkilähteitä, joissa kappaleiden käyttö vaatii vain artistin maininnan lopputeksteissä. Mikäli musiikin haluaa tehdä itse, markkinoilla on saatavilla useita maksullisia, sekä ilmaisia musiikinteko ohjelmia kuten Protools, Nuendo ja Garageband. (Ascher & Pincus 2013, 646-648.)



### 3 Mainosvideon suunnittelu ja esittely

Tässä luvussa esitellään valmis produktimme eli mainosvideo, sekä sen ideointiin, valmisteluun, toteutukseen ja viimeistelyyn liittyvät vaiheet sekä toimenpiteet. Tarkoituksena on tuoda esille kaikki prosessin kannalta konkreettiset ja oleelliset valinnat, kamera-asetukset sekä opit, samalla peilaten niitä teoriaosuudessa esitettyihin opetuksiin.

Valmis Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskuksen polkupyöräverstas palvelusta valmistamamme sosiaalisen median mainosvideo löytyy täältä: <https://youtu.be/8T4abWru46I>

Videoon saatetaan tehdä jälkeinpäin muutoksia, jolloin yllä oleva URL-osoite lakkaa toimimasta. Video tulee kuitenkin myös löytymään Finfinitum ry:n Youtube-sivulta: <https://www.youtube.com/user/finfinitum>

#### 3.1 Projektin tausta

Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskukselle valmistamamme opinnäytetyöprojekti sai alkunsa keväällä 2014 aloitetun opinnäytetyöprojektin kautta. Olimme tuolloin hankkimassa videomateriaalia Stena Technoworld Oy nimiseltä yritykseltä eri projektiin liittyvää koulutystä varten. Samalla heidän puoleltaan ehdotettiin, että yksi heidän palveluistaan voisi kaivata mainosvideon kaltaista lisänäkyvyyttä, joka soveltuisi erinomaisesti esimerkiksi opinnäytetyön aiheeksi.

Suunnittelimme Stena Technoworld Oy:lle tarkoitetun opinnäytetyöprojektin kuvauksiin käsikirjoituksen videota varten, sekä produktisuunnitelman opinnäytetyöprosessin hyödyksi. Lähdimme liikkeelle näitä kahta suunnitelmaa noudattaen, kuvaten kevään, kesän sekä syksyn mittaan kohtauksia mainosvideota varten. Osa Stena Technoworld Oy:lle suunnitellun mainosvideon kohtauksista kuvattiin jo aiemmin kontaktiksi saamamme Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskuksen polkupyöräverstaan tiloissa, sillä se oli parhaaksi näkemämme paikka pyörän kunnostukseen (Liite 1.). Lisäksi tämä mahdollisti sen, että me molemmat pystyimme keskittymään vain kuvaamiseen muiden kunnostaessa pyörää.

Tarkasteltuamme Kierrätyskeskuksen tiloista joulun 2014 jälkeen kuvattuja materiaaleja, totesimme niiden olleen niin kattavia, että niistä saisi kasattua vaikka kokonaisen videon. Samaan aikaan Stenalle Technoworld Oy:lle tehtävän projektin sisältö oli useiden aikatauluisten haasteiden ja huonojen kuvaussäiden takia muuttanut laadullista suuntaa odotetusta poispäin. Muutamien puhelinsoittojen ja sähköpostiviestien jälkeen saimme vahvistettua uuden toimeksiannon ja aiheen opinnäytetyöprojektille Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskusta varten. Eli opinnäytetyömme aihe vaihdettiin vasta itse kuvauksien jälkeen.

Sen lisäksi, että onnistuimme vaihtamaan videon kohteen ja aihealueen, myös sen hetkinen opinnäytetyöraporttimme oli helposti muokattavissa. Luonnokset sekä osa lopullisesta teoriaosuuden tekstistä oli jo kirjoitettu valmiiksi, mutta koska käytetyt kuvaustekniikat ja laitteistot eivät muuttuneet edellisen videon puolelta, oli produktin rinnastaminen teoriaan helppoa ja vaivatonta.

### **3.2 Ideasta kuvamateriaaliksi**

Mainosvideon tarkoituksena on esitellä Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskuksen polkupyöräverstaan toimintaa, ja kuinka hylätystä romupyörästä saadaan pienellä työllä käyttö- ja myyntikelpoinen menopeli. Video ei ole liian informatiivinen tai asialliseen sävyyn tehty, vaan rento ja fiilistelytyylinen tarinankerrontavideo, josta löytyy lisäksi myös hitusen verran yritys- ja työntekijöiden esittelyvideon piirteitä (katso luku 2.1). Video on lisäksi kuvattu ja editoitu niin, että se mukailee Kierrätyskeskuksen yleisilmettä. Pääosassa videolla esiintyy vanha, Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskuksen Nihtisillan tavarataloon lahjoitettu polkupyörä, jonka kunnostusta seurasimme päivän ajan ruosteisesta ja ajan kuluttamasta aiheesta aina uudenkiiltäväksi kunnostetuksi pyöräksi saakka.

Mainosvideossa halusimme vangita katsojan mielenkiinnon rennolla musiikilla, suhteellisen tiheään tahtiin vaihtuvalla sulavalla kamerakuvalla sekä eri kamerakulmien otoksilla. Vaihtoehtoina oli siis käyttää rennon fiiliksen tuovaa taustamusiikkia ja vaimentaa kunnostuksesta lähtevät äänet, tai esittää video sellaisenaan ilman ulkopuolista musiikkia tai ääntä. Näistä valitsimme siis ensimmäisen vaihtoehdon.

Vaikka produktimme on hieman normaalia lyhytkestoista mainosvideota pidempi, uskomme katsojien säilyttävän mielenkiinnon noin kahden minuutin pituisen videon läpikäytelun aikana. Sympaattinen polkupyöräverstaan työntekijä tuo videoon ihmisläheisyyttä, jota esimerkiksi kaulasta alaspäin kuvattu, salatun identiteetin henkilö ei olisi voinut tarjota. Kuvauspäivää ennen jouduimme sopimaan useiden päivien ajan mahdollisuudesta kuvata työntekijää kokonaisvaltaisesti osana materiaaleja, mutta lopulta löysimme videolle täydellisesti sopivan nuoren mieshenkilön, joka suostui tehtävään.

Videolle kuvattu polkupyörä oli liikkunut mukamme useiden kuukausien ajan jo Stena Technoworld Oy:n mainosvideon kuvauksista lähtien aina joulukuun 2014 asti. Pyörän raskas täysmetallirunko ja puhjenneet renkaat toivat haasteita kuvauspäiviin, sillä jouduimme taluttamaan ja kuljettamaan sitä kuvauspaikoille julkisten kulkuvälineiden avulla joskus

jopa lähes kahden tunnin ajan. Suosittelemme vastaavanlaista operaatiota tulevaisuudessa vain oman auton omistaville tai todellista haastetta etsiville kuvaajille. Meitä asiassa onneksi auttoi se, että toinen henkilö pystyi kuljettamaan kuvauskaluston sillä välin, kun toinen huolehti pyörästä.

### **3.3 Mainosvideon suunnittelu**

Projektimme, eli Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskukselle tehdyn sosiaalisen median mainosvideon suunnittelu alkoi produktisuunnitelman tekemisellä. Produktisuunnitelmaa tehdessä mietimme, mikä on kokonaisuudessaan opinnäytetyöprojektin tavoite meille, kohdeyritykselle ja muille lukijoille. Lisäksi pohdimme minkälaisilla mittareilla mittaamme videon ja raportin onnistumista sekä hyötyjä, minkälainen on opinnäytetyöraportin rakenne ja mikä on produktin oikea merkitys kohdeyritykselle ja ulkopuolisille lukijoille.

Suunnittelun alkuvaiheessa olimme aktiivisesti yhteydessä Kierrätyskeskuksen viestintäpäällikköön sekä viestintäsuunnittelijaan. Yhdessä heidän kanssaan mietimme ja rajasimme aihealuetta opinnäytetyöraportin sekä mainosvideon kannalta. Tärkeimpiä päätöksiä oli muun muassa aikataulujen suunnittelu, tavoitteiden asettaminen sekä videon muokkaaminen siihen muotoon, että se sopisi yhteen heidän imagonsa ja muun viestinnän kanssa.

Kun olimme saaneet Kierrätyskeskuksen viestintäohjeistukset ja materiaalit, aloimme työstämään jo valmiiksi kuvattuja videomateriaaleja. Tässä vaiheessa kaikki materiaali oli siis jo kuvattu, ja jäljellä oli vain editointi eli jälkituotanto. Kuvamateriaalia oli kertynyt runsaasti, arviolta noin puolentoista tunnin edestä. Itse kuvauspäivään oli kuitenkin kulunut noin kuusi tuntia sisältäen matkat, suunnittelun, kuvauspaikan valmistelun, henkilökunnan ohjeistuksen, evästauon sekä kuvauksen.

Videon kuvausten aikana pyrimme hyödyntämään mahdollisimman hyvin raportin teoriaosuudessa esiteltyjä tekniikoita, laitteistoja, asetuksia sekä apuvälineitä, jotta teoria ja mainosvideo olisivat yhteydessä toisiinsa. Koska videon käsikirjoitus oli tehty ja suunniteltu jo etukäteen, oli kuvauspäivä tehokas ja nopea (Liite 1.). Suurin osa materiaaleista kuvattiin suunnitelmien mukaan, mutta myös henkilökunnan ehdotukset ja spontaanit toiminnot toivat hyödyllistä lisämateriaalia. Liiallinen materiaali ei koskaan ole huono asia, sillä ylimääräiset otokset voi aina jättää hyödyntämättä jälkituotannossa. Niistä saattaa kuitenkin joskus löytyä yllättäviäkin helmiä, jotka voivat parhaimmillaan luoda videolle täysin uudenlaisen ilmeen.

### 3.4 Laitteisto

Mainosvideon kuvausta varten emme suunnitelleet minkäänlaista budjettia kaluston vuokraamisen tai ostamisen suhteen. Koska me molemmat omistimme tarvittavat video- ja valokuvauskalustot, päätimme käyttää niitä produktin toteutukseen. Valitsimme kalustotamme parhaiten Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskuksen polkupyöräverstaan kuvauksia varten soveltuvat kamerat, linssit ja jalustat. Tiesimme, että tulemme ottamaan paljon paikallaan seisovaa ja pitkää videokuvaa johon tarvitsimme kolmijalan.

Videokuvausta varten käytimme kahta DSLR- digijärjestelmäkameraa: Canon 550D ja Canon 7D. Päädyimme näihin kameroihin, sillä molemmilla pystyy kuvaamaan Full HD tasosta videokuvaa. Vaikka mallit olivat erilaisia, pystyimme vaihtelevaan keskenään kameran objektiiveja kuvaustilanteen mukaan, sillä kaikki Canon malliset ja yhteensopivat objektiivit toimivat samoilla kiinnityksillä.

Molempien kameroiden kennot ovat samanlaisia (kropattu APSC-kenno) ja videokuvan jälki siis lähes identtistä. Hämäriin tiloihin tämä kennotyyppi ei ollut ehkä paras mahdollinen vaihtoehto, koska sen valon vastaanotto on suppeampi kuin täysikokoisessa kennessä. Kumpikaan meistä ei kuitenkaan omistanut täysikokoisella kennolla varustettua kameraa, joten jouduimme toimimaan ilman sellaista.

Koska videokuvaaminen kuluttaa kameran akusta virran huomattavan nopeasti, mukamme oli noin kolme vara-akkaa kameraa kohden. Otimme mukaan myös muutaman 32GB kokoisen compactflash muistikortin, joihin jokaiseen mahtui noin 45 minuuttiin edestä Full HD videomateriaalia.

Kuvauksissa käytimme kolmea eri linssiä: Canon 27-70mm f/2.8F L, Canon 18-55mm f/3.5-5.6 IS ja Sigma 30mm f/1.4. Canonin 27-70mm f/2.8F L, on ammattitason yleislinssi ja sen vahvuus kyseisissä kuvauksissa oli zoomausmahdollisuudet, sekä valovoimaisuus eli suuri f/2.8 kokoinen aukko. Koska pyöräverstaassa ei käytetty kovin kirkkaita valoja, oli meidän käytettävä pääsääntöisesti vain suuren aukon omaavia linsejä. Kyseinen Canonin linssi piirtää myös hyvin tarkkaa ja hienoa kuvaa, joka näkyy huikean hyvänä kuvanlaatuna.

Canon 18-55mm f/3.5-5.6 IS ei ollut valovoimaltaan yhtä hyvä kuin edellä mainittu linssi, mutta käytimme sitä lähinnä laajojen kuvakulmien taltioimiseen. Sen laajin pää oli 18mm polttovälin omaava, ja sillä oli hyvä ottaa yleisesti laajaa kuvaa. Sigma 30mm f/1.4 oli käy-

tössä lähinnä sen valovoimaisuuden takia. Suurin aukko f/1.4 mahdollistaa videokuvaamisen jo melko hämärissä ja huonosti valaistuissa ympäristöissä. Sen avulla pystyimme ottamaan kuvia joissa oli matala syväterävyys ja hieno bokeh, eli taustan sumentuminen. Minikäänlaisia linssiin asetettavia filttäreitä meidän ei tarvinnut kuvauksissa käyttää, koska tilojen valaistus oli tasaista eikä kovinkaan kirkasta.

Jalustoina käytimme kolmijalkaa ja monopodia eli yksijalkaa. Kolmijalka oli Slikin Pro 330DX+ SH-705E malli, jossa on videokuvausta varten tarkoitettu kinopää. Käytimme sitä lähinnä staattisten kuvien ottamiseen, joihin teimme esimerkiksi Time-Lapse-efektiä. Lisäksi kolmijalka oli erittäin kevyt ja kompakti, joka soveltui nopeaan ja spontaaniin kuvaamiseen.

Käyttämämme monopodi oli Manfroton valmistama MVM500A-malli, jossa myöskin oli kinopää videokuvausta varten. Suurin osa videomateriaalista oli kuvattu monopodia hyödyntäen, sillä se oli kevyt, helposti säädettävä ja siirrettävissä sekä videokuvan panoroinnit ja tilitatauksen onnistuivat sillä sulavasti.

### **3.5 Mainosvideon toteutus**

Lähdimme ensimmäisenä toteuttamaan Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskuksen polkupyöräverstaan kuvauksia sopimalla kuvausluvista 2014 syksyllä. Prosessin aikana olimme yhteydessä moneen henkilöön, aluksi polkupyöräverstaan henkilökuntaan, jonka jälkeen jouduimme kysymään lupaa Kierrätyskeskuksen viestintäpäälliköltä. Hän oli heti kiinnostunut projektista, ja myönsi meille alustavan kuvausluvan jo lokakuussa, mutta vain sillä ehdolla, että se sopisi myös polkupyöräverstaan henkilökunnalle. Tämän jälkeen olimme taas yhteydessä polkupyöräverstaan työntekijöihin ja kysyimme, jos joku heistä olisi kiinnostunut esiintymään videolla kunnostustoimenpiteiden merkeissä. Saimme aluksi vain vastahakoisia reaktioita, eikä kukaan ollut kovin halukas kuvattavaksi. Kuvaukset pyöräverstaalla jäivät siis vielä sikseen, ja päätimme yrittää heidän suostutteluun myöhemmin uudelleen.

Palasimme takaisin polkupyöräverstaan pariin runsaan kahden kuukauden jälkeen, juuri ennen jouluaattoja. Kuvattavan henkilön löytäminen oli edelleen hieman hankalaa, mutta tällä kertaa polkupyöräverstaassa aloittanut uusi harjoittelija suostui kuvauksiin. Sovimme heti työntekijöiden kanssa kuvauspäivän ja ajan, jotka ilmoitimme myös viestintäpäällikölle, johon olimme aikaisemmin olleet yhteydessä. Kuvauksia varten meille annettiin noin kuusi tuntia aikaa, sillä verstaan henkilökunta oli lähdössä joululomille tuolloin jo hyvissä ajoin.

Ennen polkupyöräverstaan varsinaisia kuvauksia olimme valinneet kaluston jo valmiiksi, sillä olimme käyneet Nihtisillan Kierrätyskeskuksessa ja sen polkupyöräverstaassa jo aiemmin tekemässä taustatutkimusta. Kuvauspaikan himmeä ja tasainen valaistus oli pohjimmaisoin ja painavin tekijä kaluston valinnassa. Kuvauksia varten emme suunnitelleet kuvakäsikirjoitusta, vaan halusimme lähestyä kohtauksia enemmänkin dokumenttityylinen, kuvaten paikan tapahtumia spontaanisti. Kyseisellä tyylillä saimme tuotua esille kuvattavan henkilön toimet mahdollisimman luontevina ilman suurempia järjestelyjä kohtausten välillä. Lähestulkoon ainoana pakollisena kuvaustyylinä olimme varautuneet ottamaan Time-Lapse kuvaa kunnostuksesta. Kaikki muu oli vielä kuvauspaikalle saavuttuamme muutettavissa ja sovellettavissa.

Saavuimme kuvauspaikalle joulukuisena kylmänä aamuna, jossa polkupyöräverstaan henkilökunnan vastaanotto oli positiivinen huolimatta aiempia, hankalaksi muuttuneita puhelinkeskusteluja. Aluksi oli tärkeää tutustua verstaan työntekijöihin ja uuteen harjoitteluun, sillä hyvän alkufiiliksen luomisen ja luottamuksen kautta työntekijöiden käyttäytymiset ja toiminta olivat luontevampaa. Valaistus ja miljöö olivat samanlaisia, kuin mihin olimme varautuneet ja millaiseksi sen muistimme.

Aloitimme kuvaukset ripeästi ja kuvasimme heti alkuun pyörän pesua, joka tapahtui erillisessä pesutilassa. Sen jälkeen palasimme takaisin verstaan puolelle, josta otimme laajaa Time-Lapse kuvaa polkupyörän purkamisesta. Tähän kuvaan käytimme Canon 18-55mm f/3.5-5.6 IS linssiä sen laajan pääntakia, vaikka se antoikin hieman alivalottunutta videokuvaa pienen aukon takia. Time-Lapse materiaalia otimme yhteensä noin 12 minuuttia kolmijalalta, jonka jälkeen siirryimme kahdelle eri kameralla samanaikaisesti. Kuvasimme monopodilla ja käsivaralta käyttäen Canon 27-70mm f/2.8F L ja Sigma 30mm f/1.4 linsejä.

Pyörä kävi kuvausten aikana läpi monta korjausvaihetta: ruosteenpoiston, hiomisen, vaihteiden korjauksen, satulanvaihdon, vanteiden korjauksen, sisäkumin ja ketjujen vaihdon sekä monet muut pienet toimenpiteet. Suurimmaksi osaksi kuvasimme tapahtumia spontaanilla lähestymistavalla, sillä emme etukäteen tiedäneet mitä kaikkea pyörän kunnostuksessa tulisi käymään läpi. Vaihtelimme monipuolisesti kokokuvasta erikoislähikuviin ja taltioimme mahdollisimman paljon materiaali, jotta leikkaamisen suhteen olisi runsaasti valinnanvaraa. Noin kolmen tunnin kuvaamisen jälkeen päätimme pitää ruokatauon samaan aikaan henkilökunnan kanssa, jolloin kuvausaikaa ei mennyt hukkaan.

Kun palasimme takaisin verstaalle, otimme vielä uudestaan Time-Lapse materiaalia pyörän kokoamisesta. Tämä kesti huomattavasti purkua kauemmin ja saimme kasaan jopa puolen tunnin edestä kuvaa. Kun itse polkupyörän kunnostus oli suoritettu, otimme vielä lähikuvia ja täytemateriaali joistakin polkupyöräverstaan pienistä ja mielenkiintoisista yksityiskohdista, kuten romukoreista ja työvälineistä. Aikaa kuvauksiin meni yhteensä lähes kuusi tuntia, joten olimme pysyneet hyvin suunnitellussa aikataulussa. Materiaalia kertyi jälkituotantoon kaiken kaikkiaan noin puolitoista tuntia, eli lähes kahden täyden 32GB koken Compactflash muistikortin edestä. Tämän jälkeen siirsimme kaiken kuvatun materiaalin koneelle odottamaan jälkituotantovaihetta.

Jälkituotantovaiheessa käytimme Adobe Premiere Pro CS6 – videoeditointiohjelmaa materiaalien leikkaamiseen. Alkuun katsoimme läpi kaiken kuvatun materiaalin ohjelman preview-ruudulta ja valitsimme niistä parhaimpia otoksia aikajanalle. Tällä tavoin saimme aikaiseksi raakaleikkauksen, jonka avulla pystyimme hahmottamaan videon kokonaisuuden. Koska pyörän kunnostus on videolle olennaisin asia, oli sitä järkevintä lähestyä kronologiassa järjestyksessä. Järjestimme otokset siten, että kunnostus alkoi ensimmäisestä vaiheesta ja loppui viimeiseen. Huomattavaa on kuitenkin, että materiaalit eivät olleet tässä vaiheessa vielä rytmillisesti, eikä kuvakoollisesti järkevässä järjestyksessä, vaan raakaversiolle tyypillisessä alustavassa hahmotelmassa.

Videota suunnitellessa halusimme sen leikkauksen ja rytmin rakentuvan musiikin ympärille. Raakaleikkauksen jälkeen meillä ei vielä ollut videolle lopullisesti valittua musiikkia, jonka seurauksena emme siis voineet edetä leikkauksen suhteen vielä tässä vaiheessa, vaan jouduimme ensin etsimään sopivaa musiikkikappaletta internetistä. Kävimme läpi freemusiconline:n, freesounds:n sekä muut vastavanlaiset ilmaista musiikkia tarjoavat sivustot, mutta emme löytäneet juuri meidän videollemme täydellistä kappaletta. Otimme lopulta yhteyttä kaveriimme, jolla oli jo useamman vuoden pituinen musiikin sävellyshistoria. Hänelle näyttämämme raakamateriaalin pohjalta hän sävelsi meille noin kahden minuutin pituisen jazz kappaleen, joka sopi videoon täydellisesti.

Kappaleen olemassaolo antoi meille mahdollisuuden jatkaa videon editointia. Aloimme leikkaamaan materiaalia musiikin iskujen ja tahdin mukaan. Leikkaamiseen ja sen hienosäätöön meni joitakin päiviä ennen lopullista versiota. Editoinnin päätteeksi teimme loputekstit ja lisäsimme aikajanana alkuun videon nimen Premieren omalla tekstiohjelmalla. Lisäksi lisäsimme loppuun videolle olennaisten yhteistyökumppanien logot. Äänien suhteen meidän ei tarvinnut tehdä oikeastaan mitään, koska videon päällä pyöri vain musiikki.

Oikeastaan ainoa videolle jätetty alkuperäinen ääniraita oli alussa kuultava painepesuri. Mitään erityisempiä efektejä videolle ei laitettu, sillä se toimi sellaisenaankin hyvin.

Värimääritys oli sikäli hankalaa, että emme käyttäneet aina yhtä suurta kameran aukkoa ja valotusaikaa jokaisessa otoksessa linssin vaihdosten takia. Tästä syystä jotkut samassa tilassa olevat kuvat olivat kontrastiltaan erilaisia, eli joko liian tummia tai vaaleita toisiinsa nähden. Jouduimme leikkimään kontrastisäädöillä ja tasapainottamaan niitä kunnes lopputulos oli sen näköinen, ettei eroa huomannut niin selkeästi. Suurin ero näkyi aukon  $f/1.4$  ja  $f/3.5$  välillä, jolloin pienemmällä aukolla kuvattu materiaali oli hyvin tummaa suhteessa suuremmalla aukolla kuvattuun.

Kun saimme värimäärityksen valmiiksi, toimme videon ulos ohjelmasta h.264 eli mp4 formaattiin. Kyseinen formaatti on hyvin yleinen ja toimii monella eri videontoistoon tarkoitettulla sovelluksella. Lisäksi se vastaa Full HD kuvaformaattia, jolla kuvasimme videon.



## 4 Pohdinta

Tässä luvussa pohdimme työskentelyämme kokonaisvaltaisesti aina mainosvideon toteutukseen valmistautumisesta opinnäytetyöraportin kirjoittamiseen asti. Pyrimme tarkastelemaan kuinka hyvin suunnittelimme projektin aikataulutukset, miten seurasimme raportissa annettuja ohjeita itse mainosvideon toteutuksessa ja mitä olisi voinut tehdä toisin.

### 4.1 Oman työskentelyn arviointi

Opinnäytetyöprosessin aloitus kävi kauttamme vaivattomasti. Onnistuimme hankkimaan työtämme varten meille sopivan toimeksiannon yhdessä Haaga-Helian opettajien kanssa. Tämän jälkeen prosessi lähti liikkeelle produktisuunnitelman kautta. Produktisuunnitelman kirjoituksessa hyödynsimme kohdeyrityksen kautta saatuja sekä koulussa opittuja tietoja. Näin jälkeenpäin katsottuna toteutuneet työvaiheet ja odotukset, sekä mainosvideon, että opinnäytetyöraportin kohdalta toteutuivat lähes täysin.

Alkuperäinen suunnitelmamme oli aikataulujen puolesta todella nopeatempoinen ja kunnianhimoinen. Tarkoituksena oli siis saada opinnäytetyö valmiiksi jo 2014 kesän/syksyn aikana. Kesätöiden ja sen jälkeen alkaneiden työharjoittelujen pitkät työpäivät kuitenkin imivät meistä molemmista kaikki voimat niin hyvin, että jaksoimme tehdä opinnäytetyötä paljon odotettua vähemmän. Työskentely painottuikin periaatteessa raportin teoriaosuuksien kirjoittamiseen ja kuvausten suunnitteluun ja käsikirjoittamiseen. Vaikka olimme alun perin suunnitelleet kirjoittavamme raportin teoriaosuudet ennen kuvausten aloittamista, päädyimme kuitenkin kuvaamaan mainosvideota ennen kuin raportin teoriaosuus oli täysin valmis. Tästä ei koitunut mainosvideon kannalta kuitenkaan mitään negatiivista, sillä olimme molemmat tutustuneet jo aiemman valo- ja videokuvauskokemuksen kautta videolle tarvittaviin teorioihin. Pahimmillaan seuraus olisi voinut olla, että videolla näkyvät kohtauksset on kuvattu huonosti eivätkä noudattelisi teoriaosuudessa antamiamme oikeaoppisia teknikoita.

Koska aiemmin aloittamamme, mutta myöhemmin kariutuneen Stena Technoworld Oy:lle aloitetun opinnäytetyöprosessin kohtauksista oli osa tarkoitus kuvata suunnitelman mukaan Kierrätyskeskuksen tiloissa, etenimme kuvamateriaalien kanssa vielä tuossa vaiheessa vanhaa käsikirjoitusta noudattaen. Olimme alusta lähtien kuitenkin kuvanneet joidenlaisessa kuvauskohteessa enemmän kuin vain tarvitsemamme materiaalin, jotta editointivaiheessa voisimme inspiraation yllättäessä luoda jotain käsikirjoitukseen kuulumatonta. Tämä osoittautui Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskukselle tehtävää mainosvideota var-

ten todella kriittiseksi päätökseksi, sillä ilman lisämateriaalia ei video olisi valmistunut aikataulussa. Olisimme siis joutuneet pahimmassa tapauksessa kuvaamaan osan tai jopa kaiken videosta uudelleen.

Kierrätyskeskuksen tiloissa kuvaamiseen olimme valmistautuneet huolellisesti. Luvat kuvaamiseen oli pyydetty jo ajoissa viikkoja etukäteen sekä viestintähenkilöstön, että polkupyöräverstaan henkilökunnalta. Aloitimme kuvaukset jo aikaisin aamusta ennen tavaratalon avautumista, sillä se oli ajankohtana rauhallinen ja meillekin töiden puolesta sopivin ja joustavin. Koska saimme hoidettua pyörän kunnostuksen otokset jo ennen puoltapäivää, ehdimme kuvaamaan videon loppukohtaukset myymälän sisällä ilman liiallista tungosta.

Yhteistyö toistemme kanssa sujui ongelmitta, mikäli välillä ristikkäin osuneita työvuoroja ei lasketa mukaan. Kommunikoimme alusta lähtien kaiken projektiin liittyvän toisillemme avoimesti, oli kyseessä pieni moka suunnittelussa tai aikataulujen perumiset. Tämän ansiosta luottamus toiseen ja hänen tekemiseensä pysyi lujana, eikä yhteistyöongelmia syntynyt.

#### **4.2 Suunnittelun ja valmistautumisen arviointi**

Pyrimme valmistautumaan mainosvideon kuvauksiin tässä raportissa esiteltujen vaiheiden ja toimenpiteiden mukaan mahdollisimman hyvin. Välillä tuli eteen kuitenkin tilanteita, joissa emme pystyneet etenemään suunnitelmien mukaan. Tällöin jouduimme inspiroitumaan ja toimimaan toiseksi parhaan tavan mukaan. Esimerkiksi Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskukselle tehtyä mainosvideota edeltänyt projekti Stena Technoworld Oy:lle ei mennyt täysin suunnitelmien mukaan. Lopulta jouduimme tekemään raskaan päätöksen mainosvideon aiheen vaihdoksesta, sillä emme olleet onnistuneet kuvaamaan kaikkia otoksia saman vuodenajan aikana. Tarkoituksena oli luoda sulava video johon sisältyi paljon ulkokuvaa. Pitkittyneiden kuvausaikataulujen takia osa kohtauksista kuvattiin kesällä, osa syksyllä ja loput alkutalvesta. Vuodenaikojen vaihtelu oli siis liian helposti nähtävillä videossa, joka teki videosta julkaisukelvottoman.

Vaikka olimme tehneet suhteellisen tarkan käsikirjoituksen videota varten, emme onnistuneet noudattamaan sitä täydellisesti. Toki täydellisyyttä on vaikea tavoitella, mutta ongelmaksi muodostui se, että käsikirjoitus lyötiin lukkoon liian nopeasti. Saimme heti ensimmäisten kuvausten jälkeen uusia ideoita, joita emme ajatelleet ennen kuvausten aloittamista. Sen vuoksi jatkoimme pääosin käsikirjoitusta noudattaen, mutta keräsimme päivitettyä kuvakäsikirjoitusta mielissämme.

Helpoin ja nopein vaihtoehto opinnäytetyöprojektillemme olisi ollut sen valmistuminen syksyyn mennessä. Olimme ottaneet huomioon sen, että olisimme molemmat kesän töissä. Kuitenkin alussa uskoimme selviytyvämmä urakasta töiden ulkopuolisella ajalla. Todellisuus oli kuitenkin, että emme huomioineet kohdeyrityksen tarpeita tarpeeksi hyvin. Vaikka me olisimmekin pystyneet joustamaan töistä kuvausten ajaksi, ei kohdeyritys olisi siihen pystynyt. Koska työharjoittelumme alkoi heti kesän jälkeen, ruokki ongelma itseään yhä enemmän, ja lopulta onnistuimme kuvaamaan otoksia vain noin 2-4 viikon välein. Tämän seurauksena projekti venyi lähes vuoden mittaiseksi alkuperäisestä, noin neljän kuukauden mittaisesta suunnitelmasta.

Opinnäytetyöprojektin kautta onnistuimme tutustumaan teoriapohjaisen raportin kirjoittamiseen, sekä maanlaajuisesti toimivien yritysten välisten yhteistyötaitojen kehittämiseen. Opimme lisäksi teoriaosuutta kirjoittaessa paljon uutta valo- ja videokuvauksesta. Valo- ja videokuvaukset on laji, jossa koskaan ei voi osata kaikkea. Jokainen kuvauspäivä sisältää uuden oppimista, oli se sitten kuvausteoriasta tai kuvausympäristöstä. Tämä päti myös meihin.

Lisäksi yksi projektin todellisista hyödyistä meille oli se, että saimme todistaa lähes käyttökelpottomaksi tuomitsemamme polkupyörän muutosta ja kunnostusta. Pyöräilyn innokkaina kannattajina kunnostuksen seuraaminen oli sekä mielenkiintoista että omaa osaamista varten hyödyllistä puuhaa, josta käteen jäi myös konkreettisia taitoja. Pyörästä saatiinkin todella upea ja se myytiin lopulta hieman alle sadan euron hintaan. Polkupyöräverssaan henkilökunnan ammattitaito ja into työhönsä oli myöskin mahtavaa seurattavaa, joka jätti positiivisen muiston meille molemmille.

Projektin eri vaiheet olivat täynnä kompastuksia ja niistä oppimista. Aikataulut menivät alusta lähtien pitkiksi jonka seurauksena jouduimme sopeutumaan uudelleen sen hetkiseen tilanteeseen. Lisäksi asiakaskommunikaatio ei ollut aina niin sulavaa kuin sen oletettiin olevan. Tästä oli kuitenkin hyötynä tulevaisuuden varalle kokemus vastaavanlaisia tilanteita varten.

Ehkäpä vaikeinta opinnäytetyöprojektissa oli sulauttaa kaikkien osapuolien aikataulut yhteen. Kuvauksia oli mahdollista suorittaa vain toimistojen aukioloaikoina jolloin me molemmat olimme lähes aina itsekkin töissä. Sen lisäksi, että meidän piti saada sovitettua omat aikataulumme toisillemme sopiviksi, täytyi sen sopia myös kohdeyritykselle. Usein kuvausviikot kariutuivatkin sen takia, koska ainoa kohdeyritykselle sopiva aika ei millään sopinut meidän molempien aikatauluihin. Siksi jouduimme usein lykkäämään kuvauspäiviä

jopa viikoilla tai kuukausilla eteenpäin. Huomioon oli myös otettava Haaga-Helian opettajien aikataulut, sillä pidimme aktiivisesti opinnäytetyöpalavereja ohjaajamme kanssa.

### **4.3 Tuloksien asettaminen ja mittaaminen**

Mainosvideolle asetetut tavoitteet tulivat pääsääntöisesti Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskuksen toimesta. Olimme heihin säännöllisesti yhteydessä sähköpostien ja puhelimen välityksellä, ja ehdotimme mahdollisia tavoitteita videolle. Suurin osa niistä hyväksyttiin semmoisenaan ja Kierrätyskeskus lisäsi vielä omat näkemyksensä, jotka me myös hyväksyimme. Päättävänä mainosvideolla oli siis toimia tukikanavana muun markkinoinnin ja viestinnän rinnalla. Videota on tarkoitus jakaa kaikissa Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskuksen sosiaalisen median kanavissa sekä heidän nettisivuillaan polkupyöräverstasta esittelevän osion yhteydessä.

Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskuksen asettama 100 videonäytön katselutavoite vuoden 2015 aikana on mielestämme realistinen, mutta ehkäpä hieman liian vaatimaton. Uskomme, että 100 näytön täytyminen tapahtuu kuitenkin jo ensimmäisten kuukausien aikana videon julkaisusta, eli kesäkuusta 2015. Kuten Kierrätyskeskuksen viestintäsuunnittelija Anu Saari totesi keskusteluissamme, oli tämän tyyppiselle mainosvideolle vaikea asettaa konkreettisia tavoitteita, ottaen huomioon sen luonteen ja jaettavat kanavat. Esimerkiksi polkupyörien lahjoitusmäärien kasvua on vaikea mitata, sillä lahjoitusviestiä ja polkupyöräverstaan palveluviestiä jaetaan useissa eri kanavissa.

## Lähteet

Afterdawn 2015. Framerate. Luettavissa: <http://fin.afterdawn.com/sanasto/selitys.cfm/framerate>. Luettu: 27.4.2015.

Apogee Productions. Ideasta käsikirjoitukseksi. Luettavissa: <http://www.apogee.fi/koulutusmateriaali/videotuotannon-perusteet/ideasta-kasikirjoitukseksi/>. Luettu: 8.8.2014.

Ascher, S. & Pincus, E. 2013. The Filmmaker's handbook. A Plume Book. USA. Luettu: 20.4.2015.

Cambridge in Colour 2015. UNDERSTANDING CAMERA LENSES. Luettavissa: <http://www.cambridgeincolour.com/fin/tutorials/camera-lenses.htm>. Luettu: 15.4.2015.

Canon. Canon-elokuvaobjektiivit. Luettavissa: [http://www.canon.fi/for\\_home/product\\_finder/digital\\_cinema/cine\\_lenses/](http://www.canon.fi/for_home/product_finder/digital_cinema/cine_lenses/). Luettu: 15.4.2015.

Diffen. DSLR vs. SLR Camera. Luettavissa: [http://www.diffen.com/difference/DSLR\\_vs\\_SLR\\_Camera](http://www.diffen.com/difference/DSLR_vs_SLR_Camera). Luettu: 11.4.2015.

Digifaq 2011. Järjestelmän valinta. Luettavissa: [http://digifaq.info/digi\\_omat/valinta/jarjestelma.html](http://digifaq.info/digi_omat/valinta/jarjestelma.html). Luettu: 15.4.2015.

Digikuvaus.fi 2010. Kuvaa digikamerallasi parempia videoita – 10 ohjetta videokuvaukseen. Luettavissa: <http://www.digikuvaus.fi/digikuvausopas/kuvaa-kamerallasi-parempia-videoita-10-ohjetta-videokuvaukseen/>. Luettu: 11.4.2015.

Digivideo. Jalustat. Luettavissa: [http://www.digivideo.fi/\\_wanhatkansiot/tero/jalusta.php](http://www.digivideo.fi/_wanhatkansiot/tero/jalusta.php). Luettu: 20.4.2015.

Elokuvantaju a. Esituotanto. Luettavissa: <http://elokuvantaju.uiah.fi/oppimateriaali/esituotanto.jsp>. Luettu: 4.8.2014.

Elokuvantaju b. Taustatyö, ennakkotutkimus. Luettavissa: <http://elokuvantaju.uiah.fi/oppimateriaali/esituotanto/taustatyo.jsp>. Luettu: 8.8.2014.

Elokuvapolku. Valaistus. Luettavissa: <http://elokuvapolku.kavi.fi/fin/elokuvapolku/ylakoulu/valaistus>. Luettu: 21.4.2015.

ETS 2014a. Educational Technology Services. Video Production: Pre-production and Planning. Pre-Production. Luettavissa: <http://ets.berkeley.edu/help/video-production-pre-production-and-planning>. Luettu: 4.8.2014.

ETS 2014b. Educational Technology Services. Video Production: Pre-production and Planning. Fundamental Questions. Luettavissa: <http://ets.berkeley.edu/help/video-production-pre-production-and-planning>. Luettu: 4.8.2014.

For Dummies. Filmmaking: DSLR vs. Video Cameras. Luettavissa: <http://www.dummies.com/how-to/content/filmmaking-dslr-vs-video-cameras.html>. Luettu: 11.4.2015.

Fox, J. 16.4.2013. Video Pre-Production Planning Check-list – 11 Steps to a Successful Project. OMM Blog. Luettavissa: <http://onemarketmedia.com/2013/04/16/video-pre-production-planning-check-list-11-steps-to-a-successful-project/>. Luettu: 31.3.2015.

Gampat, C. 2013 HDSLRs vs Camcorders: Some Basic Pros and Cons to Help You Choose. B&H Photo Video Pro Audio. Luettavissa: <http://www.bhphotovideo.com/explora/content/hdslrs-vs-camcorders-some-basic-pros-and-cons-help-you-choose>. Luettu: 11.4.2015.

Kelle, P. 2011. How to Make Time-Lapse Video – Ultimate Guide. Hongkiat. Luettavissa: <http://www.hongkiat.com/blog/how-to-make-time-lapse-video-ultimate-guide/>. Luettu: 4.5.2015.

Laine, T. Aukko ja Syväterävyys. Timo Laine. Luettavissa: <http://timolaine.fi/aukko-ja-syvysteravyys/>. Luettu: 27.4.2015

Pepper, J. 3.6.2014. How to Plan Your Video Marketing Strategy. The Vidyad Blog. Luettavissa: <http://www.vidyard.com/blog/how-to-develop-a-video-marketing-strategy/>. Luettu: 14.5.2015.

Rouhiainen, L. 2014. 101 Video Marketing Tips & Strategies for Small Businesses. Charleston, SC. Luettu: 10.5.2015.

Saari, M. 19.3.2012. Järjestelmäkameran manuaalisäädöt. Mikko Saari. Luettavissa: <http://www.mikkosaari.fi/jarjestelmakameran-manuaalisaadot/>. Luettu: 18.5.2015

Saari, M. 10.6.2012. Valokuvauksen perusteita: Polttoväli. Mikko Saari. Luettavissa: <http://www.mikkosaari.fi/polttoväli/>. Luettu: 15.4.2015.

Saari, M. 11.6.2012. Valokuvauksen perusteita: Aukko. Mikko Saari. Luettavissa: <http://www.mikkosaari.fi/aukko/#syväterävyys>. Luettu: 29.4.2015.

Saari, M. 13.6.2012. Valokuvauksen perusteita: ISO-herkkyys. Mikko Saari. Luettavissa: <http://www.mikkosaari.fi/iso-herkkyys/>. Luettu: 29.4.2015.

School Video News. Video Production Scheduling. Luettavissa: <http://schoolvideonews.com/Pre-Production/Video-Production-Scheduling>. Luettu 31.3.2015.

Videomaker 2010. TIME LAPSE VIDEO. Luettavissa: <http://www.videomaker.com/article/14612-time-lapse-video>. Luettu: 4.5.2015.

Weitz, A. 2015. Filters for Lenses. B&H Photo Video Pro Audio. Luettavissa: <http://www.bhphotovideo.com/explora/photography/buying-guides/filters-lenses>. Luettu: 22.4.2015.

## Liitteet

### Liite 1. Mainosvideon alkuperäinen käsikirjoitus

1. Tuntematon henkilö/henkilön siluetti (kuvataan esim. jalkoja tai selkää – ei paljasteta henkilön identiteettiä) kantaa pyörän romua kohti konttilavaa. Viskaa / laittaa pyörän kontin sisälle.

#### KERTOJA

Kertoja aloittaa monologinsa tästä kohtaa.  
esim. faktoja stenasta/talkookontista/hylä-  
tyistä pyöristä/kyseisestä pyörästä.

Henkilö astuu pois kuvasta jolloin kamerakuvaan jää kontissa makaava huonokuntoinen pyörä.

#### 1.B. EXT/INT. STENA TOIMISTO, ESPOO.

Alareunaan paikkatunniste STENAn toimistosta.

#### Kertoja

Perustietoja Stenasta ja heidän kierrätys-  
kokemuksestaan yms. (kierrättämisen  
asialla).

Kuvataan STENA:n toimistorakennusta sekä lähiympäristöä ulkoapäin.

Kohdistetaan kamerakuva STENA logoon talon seinässä.

Asiakaspalvelijat vastailevat puheluihin toimiston sisätiloissa.

Lavastettu tai aito puhelu, jossa he selittää/varaa/myy talkookontti palvelua taloyhtiölle.

#### 2. EXT. STENA LAJITTELUASEMA. AAMU

Kuorma-auto käy hakemassa STENA:n talkookontin lajitteluaseman pihalta matkaansa.

Time-lapse kuvaa (nopeutettua kuvaa) auton sisältä matkalta lajitteluasemalta taloyhtiön pihalle (kuskin näkökulmasta).



### 3. EXT. TALOYHTIÖN PIHA. AAMU/AAMUPÄIVÄ

Kuorma-auto tuo tyhjän kontin taloyhtiön pihaan ja jättää sen valmiiksi täyttöö varten.

Kuvataan taloyhtiön asukkaita päivän/päivien mittaan kun he nostelevat tavaraa kontin sisälle / **TAI** / Tullaan kuvaamaan kontin viimeisenä päivänä täyttynyttä konttia.

Mahdollisesti puretaan tavarat pois kontista jolloin päästään kuvaamaan Time-Lapse tekniikalla nopeutettu video kontin täytöstä kierrätystavaroilla. Videokuva täytetystä kontista kun se tullaan hakemaan pois.

Näytetään pyörää kontin sisällä (Tehdään selväksi katsojalle, että kyseessä on sama pyörä kun alun kohtauksessa).

Time-Lapse kuvaus kontin sisältä päin kuvattuna. Kuva pysähtyy lopussa ja kuvakulma keskittynyt pyörään.

Lopuksi rekan kuljettaja tulee ovelle ja sulkee kontin jolloin kamerakuva pimee.

### 4. EXT. STENA LAJITTELUASEMA. PÄIVÄ

Kamerakuva kontin sisältä samasta kuvakulmasta mihin viime kohtausta lopui. Kuljettaja avaa kontin ja lajittelukeskuksen työntekijät alkavat kantaa romuja ulos kontista.

Kuvataan polkupyörän nosto pois kontista.

(mahdollisesti elävöitetään kamera osana kontin sisältöä = romuna. Kuvaataan kun se nostetaan pois kontista ja asetetaan maahan kuvaamaan lopun kontin purkua).

Polkupyörä kuljetetaan Kierrätyskeskuksen toimipisteeseen, jossa polkupyöräverstaan henkilökunta ottaa sen vastaan.

## **5. INT. KIERRÄTYSKESKUS POLKUPYÖRÄVERSTAS**

**Kuvataan polkupyörän kunnostusta.**

**Mahdollisesti nopeutettua Time-Lapse kuvaa yhdestä kohdasta kun polkupyörää korjaillaan.**

**Time-Lapse kuvan loputtua näytetään valmis kunnostettu pyörä seisomassa pyörärivistössä Kierken tiloissa. Näemme kun joku ottaa pyörän rivistöstä.**

## **6. EXT. HELSINGIN KADUT. ILTA, AURINGONLASKU**

Kuvataan mahdollisesti pyörään kiinnitettynä kamerakuvana kun mies taluttaa pyörää kotiinsa.

Näytetään etualalla alun mieshenkilö joka hylkäsi pyörän. Näytetään henkilön kasvot ja persoona. (hymyilevä, iloinen mies). Hän näkee uuden omistajan taluttavan/ajavan vanhaa pyöräänsä hieman kauempana kadulla.

Tuodaan esille, että mies on tyytyväinen hänen vanhan pyöränsä saaneen uuden elämän.

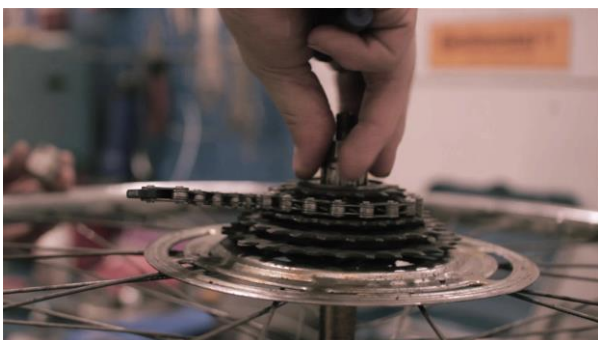
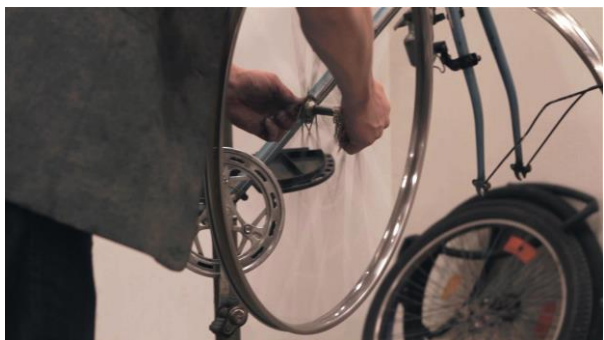
## **7. TIETOKONEELLA TEHTY ”LOPPUTEKSTIMÄINEN” KUVA.**

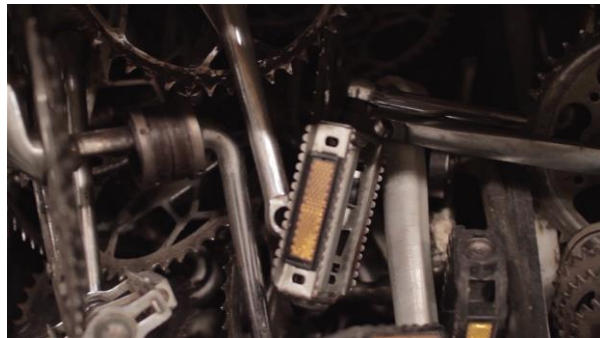
Kaikkien projektiin liittyneiden yhteistyökumppaneiden logot

Pääosassa STENA logo sekä teksti talkookonttipalvelu.

Lisäksi mahdollisesti yhteystiedot STENA:lle sekä heidän asiakaspalveluunsa, josta konttipalvelun voi tilata.

## Liite 2. Mainosvideon esittely





Valmis mainosvideo löytyy osoitteesta: <https://youtu.be/8T4abWru46I>

Videon saatetaan tehdä jälkeenpäin muutoksia, jolloin yllä oleva URL-osoite lakkaa toimimasta. Video tulee löytymään kuitenkin Finfinitum ry:n Youtube-sivulta:  
<https://www.youtube.com/user/finfinitum>